

3 1761 11970408 8



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761119704088>

A1
XC 31
B84

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 62

Wednesday, October 21, 1987
Montreal, Quebec

Chairman: Jim Edwards

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 62

Le mercredi 21 octobre 1987
Montréal (Québec)

Président: Jim Edwards

*Minutes of Proceedings and Evidence of the
Standing Committee on*

Communications and Culture

*Procès-verbaux et témoignages du Comité
permanent des*

Communications et de la culture

RESPECTING:

Consideration of the Report of the Task Force on
Broadcasting Policy

CONCERNANT:

Étude du Rapport du Groupe de travail sur la
politique de la radiodiffusion

WITNESSES:

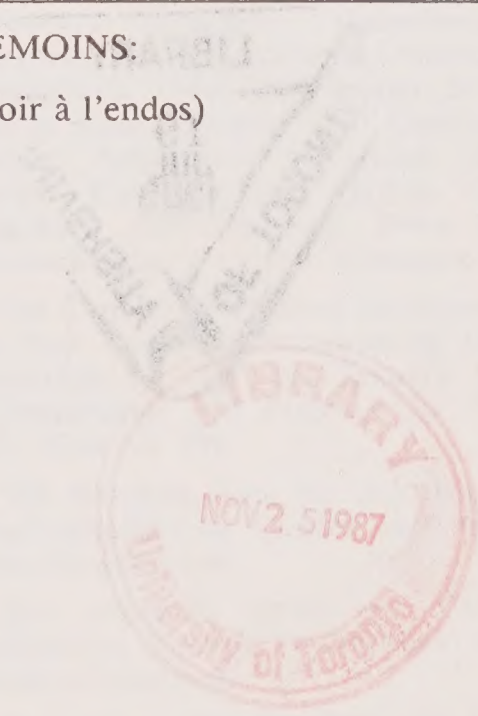
(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

Second Session of the Thirty-third Parliament,
1986-87

Deuxième session de la trente-troisième législature,
1986-1987



STANDING COMMITTEE ON
COMMUNICATIONS AND CULTURE

Chairman: Jim Edwards

Vice-Chairman: John Gormley

Members

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Thomas Hall

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DES
COMMUNICATIONS ET DE LA CULTURE

Président: Jim Edwards

Vice-président: John Gormley

Membres

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Le greffier du Comité

Thomas Hall



PROCÈS-VERBAUX

LE MERCREDI 21 OCTOBRE 1987

(110)

[Texte]

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit à Montréal (Québec) à 9 h 05, sous la présidence de Jim Edwards, président.

Membres présents: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone et John Gormley.

Membre suppléant présent: Robert Toupin remplace Simon de Jong.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de recherche du Comité; René Lemieux et Robert Pilon, conseillers. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et Mildred Morton, attachés de recherche.

Témoins: De l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec: Yves Bernard, président et Roger Rhéaume, secrétaire général. *De la Société Radio-Canada (Réseau français de télévision):* Franklin Delaney, vice-président; Francine Côté, directrice générale de la Planification; Jean-Paul Kirouac, directeur général adjoint de la Planification (diffusion); Pierre O'Neil, directeur général des programmes (information) et Andrée-Anne Bournival, directrice générale adjointe des programmes (production interne). *Du Réseau de télévision TVA Inc.:* Claude Blain, président-directeur général. *De la Quebec Association for Adult Learning Inc.:* Steve Gruber, président et Jean Ogilvie, présidente, Sous-comité de l'éducation à distance. *De la Quebec Farmers' Association:* Steve Gruber, secrétaire général.

Le Comité reprend l'examen du Rapport du Groupe d'étude sur la politique de la radiodiffusion, dont il a été saisi le jeudi 29 janvier 1987 (*Voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Les témoins de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec font chacun une déclaration puis répondent aux questions.

Les témoins de la Société Radio-Canada (Réseaux français de télévision) font une déclaration puis répondent aux questions.

Le témoin du Réseau de télévision TVA fait une déclaration puis répond aux questions.

Les témoins de la *Quebec Association for Adult Learning Inc.* et de la *Quebec Farmers' Association* font chacun une déclaration puis répondent aux questions.

À 13 heures, le Comité s'ajourne jusqu'à 13 h 30.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

(111)

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit à Montréal (Québec) à 13 h 40, sous la présidence de Jim Edwards, président.

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, OCTOBER 21, 1987

(110)

[Translation]

The Standing Committee on Communications and Culture met in Montreal, Quebec, at 9:05 o'clock a.m. this day, the Chairman, Jim Edwards, presiding.

Members of the Committee present: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone, John Gormley.

Acting Member present: Robert Toupin for Simon de Jong.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee; René Lemieux and Robert Pilon, Consultants. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and Mildred Morton, Research Officers.

Witnesses: From the Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec: Yves Bernard, President; Roger Rhéaume, General Secretary. *From the Canadian Broadcasting Corporation (French TV Network):* Franklin Delaney, Vice-President; Francine Côté, General Director, Planning; Jean-Paul Kirouac, Assistant General Director, Planning (Broadcasting); Pierre O'Neil, General Director, Programs (Information); Andrée-Anne Bournival, Assistant General Director, Programs (Internal Production). *From The Réseau de télévision TVA Inc.:* Claude Blain, President and General Manager. *From the Quebec Association for Adult Learning Inc.:* Steve Gruber, President; Jean Ogilvie, Chairperson, Distance Education Sub-committee. *From the Quebec Farmers' Association:* Steve Gruber, Executive Secretary.

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (*See Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday, February 10, 1987, Issue No. 19*).

The witnesses from the *Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec* each made a statement and answered questions.

The witnesses from the Canadian Broadcasting Corporation (French TV Network) made a statement and answered questions.

The witness from the *Réseau de télévision TVA* made a statement and answered questions.

The witnesses from the *Quebec Association for Adult Learning Inc.* and the *Quebec Farmers' Association* each made a statement and answered questions.

At 1:00 o'clock p.m. the Committee adjourned until 1:30 o'clock p.m.

AFTERNOON SITTING

(111)

The Standing Committee on Communications and Culture met in Montreal (Quebec), at 1:40 o'clock p.m. this day, the Chairman, Jim Edwards, presiding.

Membres présents: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone et John Gormley.

Membre suppléant présent: Lynn McDonald remplace Simon de Jong.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de recherche du Comité; René Lemieux et Robert Pilon, conseillers. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et Mildred Morton, attachés de recherche.

Témoins: De la Télévision Quatre Saisons: André Picard, directeur des programmes et Charles Bélanger, vice-président, CFCF Inc. *De la Société Radio-Canada (Réseaux français de radio):* Jean Blais, vice-président; Paul-Marie Lapointe, directeur des programmes et Hélène Robillard-Frayne, adjointe du directeur des programmes. *Du Groupe Vidéotron Ltée:* André Chagnon, président et chef de la direction. *De l'Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française:* Bernard Montigny, président; Monique Després, vice-présidente (radio); Louis Audet, vice-président (télévision); Michel Arpin, vice-président à la planification, Communications Radio-Mutuelle Inc. et Liette Champagne, vice-présidente, Télémédia Communications Inc. *De la Société de radio-télévision du Québec (Radio-Québec):* Jacques Girard, président-directeur général et Pierre Roy, vice-président à la programmation.

Le Comité reprend l'examen du Rapport du Groupe d'étude sur la politique de la radiodiffusion, dont il a été saisi le jeudi 29 janvier 1987 (*Voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Les témoins de la Télévision Quatre Saisons font une déclaration puis répondent aux questions.

Les témoins de la Société Radio-Canada (Réseaux français de radio) font une déclaration puis répondent aux questions.

À 15 h 30, la séance est suspendue.

À 15 h 35, la séance reprend.

Le témoin du Groupe Vidéotron Ltée fait une déclaration puis répond aux questions.

Les témoins de l'Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française font des déclarations puis répondent aux questions.

Les témoins de la Société de radio-télévision du Québec font une déclaration puis répondent aux questions.

À 18 h 15, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation par le président.

Le greffier du Comité

Thomas Hall

Members of the Committee present: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone, John Gormley.

Acting Member present: Lynn McDonald for Simon de Jong.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee; René Lemieux and Robert Pilon, Consultants. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and Mildred Morton, Research Officers.

Witnesses: From Télévision Quatre Saisons: André Picard, Program Director; Charles Bélanger, Vice-President, CFCF Inc. *From the Canadian Broadcasting Corporation (French Radio Network):* Jean Blais, Vice-President; Paul-Marie Lapointe, Program Director; Hélène Robillard-Frayne, Assistant Program Director. *From Groupe Vidéotron Ltée:* André Chagnon, President and General Manager. *From the Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française:* Bernard Montigny, President; Monique Després, Vice-President (Radio); Louis Audet, Vice-President (Television); Michel Arpin, Vice-President (Planning), Communications Radio-Mutuelle Inc.; Liette Champagne, Vice-President, Télémédia Communications Inc. *From the Société de radio-télévision du Québec (Radio-Québec):* Jacques Girard, President and General Manager; Pierre Roy, Vice-President (Programming).

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (*See Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday February 10, 1987, Issue No. 19*).

The witnesses from *Télévision Quatre Saisons* made a statement and answered questions.

The witnesses from the Canadian Broadcasting Corporation (French Network-Radio) made a statement and answered questions.

At 3:30 o'clock p.m., the meeting was suspended.

At 3:35 o'clock p.m., the meeting was resumed.

The witness from *Groupe Vidéotron Ltée* made a statement and answered questions.

The witnesses from the *Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française* made a statement and answered questions.

The witnesses from the *Société de radio-télévision du Québec* made a statement and answered questions.

At 6:15 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Thomas Hall

Clerk of the Committee

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

[Texte]

Wednesday, October 21, 1987

• 0900

Le président: À l'ordre, s'il vous plaît!

Nous commençons la deuxième journée des audiences publiques à Montréal du Comité permanent des communications et de la culture de la Chambre des communes. Nous souhaitons la bienvenue au député néo-démocrate de Terrebonne, Robert Toupin, qui est membre de notre Comité pour aujourd'hui.

Les premiers témoins de ce matin sont les représentants de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec, MM. Roger Rhéaume et Yves Bernard. Messieurs, nous vous souhaitons la bienvenue. Vous avez la parole.

M. Yves Bernard (président de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec): Monsieur le président, il nous fait plaisir de nous présenter une seconde fois devant le Comité. Vous vous souvenez que nous avons fait une première intervention, en mars dernier, concernant les propositions législatives du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion.

Nous avons d'ailleurs pris connaissance du rapport du Comité sur ces questions et nous sommes heureux de constater que les membres du Comité ont accepté notre recommandation voulant qu'on reconnaisse la radiodiffusion communautaire dans la loi, en d'autres mots, qu'on nous reconnaisse.

Bien entendu, nous aurions des questions à poser sur le libellé de la recommandation numéro 3 de votre rapport, mais ce n'est pas l'objet de notre intervention d'aujourd'hui.

Dans notre mémoire écrit, nous vous avons fait part de nos commentaires sur le chapitre 8 concernant les particularités de la radiodiffusion en français, sur le chapitre 16 concernant la radio privée et sur le chapitre 19 concernant de la radiodiffusion communautaire.

Nous ne renions pas ce que nous avons écrit au sujet des chapitres 8 et 16, et on peut même y revenir si le temps nous le permet, mais nous allons surtout parler des recommandations du chapitre 19. Vous comprendrez que cela nous tient beaucoup à coeur, la question du financement se posant toujours avec beaucoup d'acuité pour les radiodiffuseurs communautaires.

Je cède maintenant la parole à Roger Rhéaume, secrétaire général de l'Association.

M. Roger Rhéaume (secrétaire général de l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec): Monsieur le président, membres du Comité, j'aimerais vous entretenir plus particulièrement des recommandations que l'on retrouve au chapitre 19 du

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

[Traduction]

Le mercredi 21 octobre 1987

The Chairman: The meeting is called to order.

The Standing Committee on Communications and Culture of the House of Commons is beginning its second day of public hearings in Montreal. We welcome the New Democratic member for Terrebonne, Robert Toupin, who will be a member of our committee for today.

Our first witnesses this morning are the representatives of the *Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec*, Messrs. Roger Rhéaume and Yves Bernard. Welcome, gentlemen. You have the floor.

Mr. Yves Bernard (President, Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec): Mr. Chairman, it is a pleasure for us to appear a second time before the committee. You will remember that we presented our position last March on the legislative proposals of the Task Force on broadcasting policy.

We have examined the committee's report and we are pleased to note that the committee members have accepted our recommendation to recognize community broadcasting in the act.

Of course we do have some questions about the wording of recommendation 3, but that is not the reason for our appearance today.

In our written brief, we discuss chapter 8 concerning the distinctiveness of French language broadcasting, chapter 16 on private radio and chapter 19 on community broadcasting.

We stand by our remarks on chapters 8 and 16, and may return to them if time permits, but we would like to concentrate on the recommendations in chapter 19. That particular subject is of great concern to us since the matter of funding is a constant problem for community broadcasters.

I will now ask my colleague, Roger Rhéaume, secretary general of the association, to take over.

Mr. Roger Rhéaume (Secretary General, Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec): Mr. Chairman, committee members, I would like to focus on the recommendations in chapter 19 of the Task Force report, that is those dealing with community broadcasting.

[Text]

Groupe de travail, recommandations traitant de la radiodiffusion communautaire.

Je vous lis l'une des recommandations:

Que dans le cadre de l'octroi des licences aux radiodiffuseurs communautaires, l'on reconnaisse et facilite un accès équitable aux différents groupes ethniques et culturels ainsi qu'aux divers groupes sociaux. Que le règlement prévoie, dans les grands centres urbains, la cohabitation de plusieurs organismes de radiodiffusion communautaire et, dans le cas des communautés restreintes où un seul titulaire de licence peut avoir à satisfaire les divers besoins de la collectivité, un juste partage du temps d'antenne.

Bien entendu, dans nos commentaires, nous nous sommes prononcés en faveur de cette recommandation qui, pour nous, va dans le sens du travail des radiodiffuseurs communautaires depuis les débuts, c'est-à-dire depuis 1974. Je vous signale que bon nombre de radiodiffuseurs communautaires diffusent non seulement en français, mais aussi, lorsque le nombre l'exige, pour employer un terme consacré, en anglais, en espagnol, en portugais, en grec ou même parfois en langue autochtone. Donc, c'est une recommandation qui nous satisfait et qui est tout à fait adaptée à notre travail.

Une deuxième recommandation touche l'accès aux antennes de Radio-Canada

... dans la mesure du possible, pour les radiodiffuseurs communautaires de langue minoritaire officielle titulaires d'une licence et selon les mêmes conditions que celles faites aux autochtones du nord du Canada.

• 0905

C'est un souhait auquel nous nous associons. Nous savons qu'il y a des projets de radio francophone hors Québec. D'ailleurs, le gouvernement a mis sur pied un programme à cet effet. Nous espérons que, dans le cadre du travail de ces radiodiffuseurs francophones hors Québec, ils puissent avoir accès au service de Radio-Canada.

La recommandation qui, pour nous, est la plus importante, vous en conviendrez, est celle qui touche le financement des radiodiffuseurs communautaires. C'est la recommandation 19.8. Elle parle de la création, au sein du ministère des Communications du Canada, d'un service de coordination du financement des subventions et des programmes qui ont une incidence directe sur les buts et les objectifs que le Groupe de travail avait définis, et sur lesquels nous étions d'accord, pour la radiodiffusion communautaire. On parle aussi de concertation entre les divers paliers de gouvernement.

Nous avons parlé, le 18 mars dernier, lorsque nous avons comparu devant ce même Comité, du financement de la radiodiffusion communautaire. Je vous donne quelques chiffres sur la provenance des revenus des radiodiffuseurs communautaires. Ne craignez rien, je ne vais pas vous envahir avec cela. Leurs revenus proviennent, à un peu plus de 50 p. 100, de la publicité,

[Translation]

One of the recommendations reads as follows:

The licences of all community radio and television broadcasters should recognize the need of fair access for various ethnic, cultural, interest and opinion groups. Regulations should cover both the case of large metropolitan centres, where several community broadcast organizations need right of access for their services, and the case of smaller centres where a single licence may have to provide for the diverse access requirements of the community.

We have of course come out in favour of this recommendation which, in our opinion, is in keeping with the practice followed from the very outset—in other words, 1974—by community broadcasters. Many community broadcasters broadcast not only in French but, where numbers warrant, to use the accepted expression, in English, Spanish, Portuguese, Greek or sometimes even in a native language. We are therefore satisfied with the recommendation, which is consistent with our present approach.

A second recommendation concerning broadcast time on the CBC says, and I quote:

The CBC should provide access, where circumstances permit, to licensed official language minority community broadcasters on terms similar to those established for aboriginal groups in northern areas.

We agree with this recommendation. We know there are French-language radio projects outside of Quebec. Indeed, the government has set up a program for just such initiatives. We hope that French-language broadcasters outside of Quebec will be able to gain access to *Radio-Canada* air time.

The most important recommendation for us, as I am sure you can understand, is the one dealing with the funding of community broadcasters. I refer to recommendation 19.8, advocating that the federal government establish a focal point in the Department of Communications for the coordination of funding, grants and programs which have a direct bearing on the aims and objectives established by the Task Force for community broadcasting, and which we agree with. Reference is also made to consultation among the various levels of government.

At our last appearance before the committee on March 18th, we talked about the funding of community broadcasting. I would like to give you some figures on the source of community broadcasting revenues. Do not be alarmed, though, because I do not intend to over do it. About 50% of their operating revenues come from advertising. As for provincial government grants—I am

[Texte]

de l'exploitation. Quant aux subventions gouvernementales provinciales—on parle du ministère des Communications du Québec et de son programme d'aide aux radios communautaires—, elles représentent de 20 à 22 p. 100 de leurs revenus. Donc, on est presque rendu à 75 p. 100. Les autres 25 p. 100 sont soit des revenus du milieu, soit des revenus du gouvernement fédéral.

Il faudrait donner quelques explications sur ces revenus du gouvernement fédéral. Ce sont des revenus dans le cadre de programmes d'emploi. On parle de programmes de développement d'emploi et d'autres programmes d'emploi, ainsi que de programmes de complément à l'assurance-chômage. Ces programmes, vous le savez comme moi, sont des programmes très fluctuants qui ne s'adressent pas spécifiquement aux radiodiffuseurs communautaires; ils s'adressent à toute entreprise, privée ou à but non lucratif.

Là où le problème se pose en ce qui a trait à cette recommandation, c'est qu'on parle de mettre sur pied un service de coordination du financement des subventions et des programmes pour les radios communautaires. Or, outre ce nouveau programme qu'on a annoncé voilà quelques semaines pour les radios communautaires hors Québec de langue française, il n'existe pas de programmes de subventions spécifiques aux radiodiffuseurs communautaires. La question qui se pose est celle-ci: qu'est-ce que ce nouveau comité va coordonner, tout compte fait? C'est pourquoi nous sommes un peu sceptiques. On parle d'un comité de coordination, mais il n'y a rien à coordonner. Il faudrait, avant toute chose, que le gouvernement fédéral précise ses intentions quant à son implication dans la radiodiffusion communautaire dans tout le pays, et pas seulement en ce qui a trait aux radios communautaires francophones hors Québec. On n'a aucune précision là-dessus. Avant de mettre sur pied un comité, il faudra voir ce que le gouvernement entend mettre de l'avant comme type de programme.

Il y a diverses hypothèses qui se présentent. Il y a un programme spécifique à la radiodiffusion communautaire qui viendrait compléter les acquis que nous avons au niveau provincial, au Québec, qui viendrait compléter le travail du ministère des Communications du Québec au niveau de la radiodiffusion communautaire. Cela pourrait également se faire au niveau de l'accès aux programmes de subventions ou d'aide à la petite et à la moyenne entreprises. Actuellement, on nous refuse l'accès aux divers programmes d'aide et de développement de la petite et de la moyenne entreprises, sous prétexte que nous sommes des entreprises à but non lucratif et que, par conséquent, nous ne sommes pas impliqués au niveau économique. Cela, à notre avis, est tout à fait faux, puisque nous avons des activités commerciales.

• 0910

Je vous donne un exemple. La Banque fédérale de développement offre des services de consultation. Il y a une radio communautaire, au Québec, qui a pu bénéficier des services de la Banque fédérale de développement. Il

[Traduction]

talking about the Quebec Ministry of Communications' Community Radio Assistance Program—they account for 20% to 22% of their revenues. That brings us up to almost 75%. The remainder is made up of either local contributions or federal government money.

Let me just give you a brief explanation of where the federal government money comes from. The money is paid out under various employment programs, such as the Employment Development Program, and supplementary unemployment insurance programs. As you know, such programs are by no means stable, nor are they addressed specifically to community broadcasters, but rather to any business concern, either private or non-profit.

The problem with this recommendation is that it refers to the creation of a service to coordinate community radio funding, grants and programs. With the exception of the new program announced a few weeks ago for French-language community radio stations outside of Quebec, there are no specific subsidy programs for community broadcasters. This leads us to our question: What exactly will this new committee co-ordinate? That is why we are a bit sceptical. Reference is made to a co-ordinating committee, but there is nothing to co-ordinate. Before doing anything else, the federal government must specify whether it intends to become involved in community broadcasting at the national level, and not just in French-language community radio outside Quebec. No details have been provided about its potential involvement. Before setting up a committee, the federal government must provide information on the type of program it intends to offer.

There are a number of possibilities. There could be a specific community broadcasting program complementing the provincial one that now operates in Quebec, under the auspices of the Quebec Ministry of Communications. Access could also be provided through subsidy or assistance programs for small and medium-sized businesses. We are not presently considered eligible for the various assistance and development programs aimed at small and medium-sized businesses, because we are non-profit organizations and are therefore not considered to have an economic involvement. In our opinion, such an argument is quite unjustified, since we do engage in commercial activities.

Let me give you an example. The Federal Business Development Bank offers consulting services. A community radio organization in Quebec was able to take advantage of those services. However, this only occurred

[Text]

s'agissait, bien sûr, d'une erreur des deux: la radio communautaire ne savait pas que la Banque fédérale de développement ne pouvait pas l'aider et la Banque fédérale de développement ne savait pas, non plus, qu'elle ne pouvait pas aider cette radio-là. Dieu merci, ils ont eu le temps de faire l'étude de rentabilité, l'étude de marché, et ils se sont rendu compte, tout à la fin, qu'ils n'avaient pas d'affaire là. Cela a fait beaucoup plaisir à la radio communautaire et, dès lors, cela nous a fait plaisir. Cela vous donne un exemple du type de services dont nous avons besoin et qui ne nous sont pas accessibles en ce moment.

On pourrait aussi créer un programme fort intéressant qui pourrait s'inscrire dans les programmes de formation du gouvernement fédéral. Il y a, depuis plusieurs années, un certain nombre de programmes de développement de l'emploi. Au début des années 70, on appelait cela Perspective jeunesse, Initiatives locales. Aujourd'hui, c'est le Programme de développement de l'emploi. On ignore s'il va y en avoir des nouveaux. Ces programmes sont axés depuis quelques années sur la formation. Or, les radiodiffuseurs communautaires ont fait beaucoup au niveau de la formation de jeunes hommes et de jeunes femmes qui voulaient travailler dans le milieu des communications. En passant, je pense qu'au moins une douzaine de personnes issues de la radio communautaire de l'Est, CIBL-FM, travaillent en ce moment à Radio-Canada. Leur but n'était pas nécessairement d'aller travailler là, mais c'est quand même un endroit intéressant. Ces gens-là ont été formés en bonne partie dans les médias communautaires. Beaucoup d'entre eux aussi sont allés travailler dans le domaine privé. Donc, nous avons fait et nous faisons beaucoup de formation, et nous pensons qu'on devrait encourager cette facette de notre travail de façon bien concrète, en termes d'une accessibilité plus grande et plus régulière aux programmes d'emplois.

Donc, voilà des façons dont le gouvernement fédéral pourrait s'impliquer dans le développement de la radiodiffusion communautaire. Si ces programmes existaient, il serait pertinent de mettre sur pied un comité de coordination parce qu'il y aurait quelque chose à coordonner. Voilà pour ce qui concerne la radiodiffusion communautaire.

Avant de poursuivre, s'il y a lieu et si le temps le permet, sur nos commentaires concernant les chapitres 8 et 16, je préférerais répondre à vos questions sur ce que je viens de dire.

Le président: Merci, monsieur Rhéaume. Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Messieurs, je vous remercie de vous être présentés devant notre Comité pour nous faire part de votre point de vue. J'ai quelques petites questions à vous poser.

À quel niveau les cotes d'écoute des radios communautaires se situent-elles en général dans les différentes régions?

[Translation]

because both parties made mistakes: the community radio organization did not realize that the Federal Business Development Bank was unable to provide assistance and indeed, neither did the FBDB. Fortunately, they did find the time to carry out a profitability study and market study, thanks to which they eventually realized their error. It proved to be a very useful experience for the community radio organization and we are happy it was able to take place. It is an example of the type of service we require and to which we are not entitled for the time being.

Another interesting approach would be to relate such a program to the federal government's training efforts. For some years now there have been various employment development programs. At the beginning of the 1970s, two of these were known as the "Opportunities for Youth" and "Local Initiative" Programs. The present name is the "Employment Development Program". We do not know whether there will be any new ones. For some years, now programs like these have focused on training. Community broadcasters have done a considerable amount of work in training young people wishing to work in communications. By the way, I might mention that at least 12 people originally trained at CIBL-FM, a community radio station in Eastern Quebec, are now working for *Radio-Canada*. Although their aim may not have been to work there, it is, nevertheless, an interesting place to work. These people obtained their training to a large extent through community media. A lot of them have also gone to work in the private sector. So we have done and continue to do a lot of training, and we think that that aspect of our activities should be given more encouragement in terms of greater and more regular access to employment programs.

These are some examples of the way in which the federal government could become involved in developing community broadcasting. Should such programs be put in place, there would be some point to setting up a co-ordinating committee, since there would be something to co-ordinate. So much for community broadcasting.

Before continuing with our comments on Chapters 8 and 16—if time permits—I think I should answer your questions now on what I have just said.

The Chairman: Thank you, Mr. Rhéaume. Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would like to thank you for coming before the committee to present your point of view. I have a few short questions to ask you.

Generally speaking, what kind of ratings do community radio stations in the various regions have?

[Texte]

M. Rhéaume: Il nous est assez difficile de parler de cotes d'écoute en ce moment. Selon les chiffres obtenus lors d'études faites sur le terrain, nous atteignons de 300,000 à 350,000 auditeurs sur un auditoire potentiel de près de trois millions. Grosso modo, on atteint de 8 à 12 p. 100 de l'auditoire potentiel. Nous avons de la difficulté à obtenir des chiffres précis parce que la plupart des radios n'ont pas les moyens de se payer un abonnement au *BBM, Bureau of Broadcast Measurement*, étant donné les coûts énormes, d'une part. D'autre part, les études faites par *BBM*, quelquefois, n'ont aucune espèce de rapport avec notre auditoire. Souvent, elles touchent des territoires qui sont trop grands pour notre diffusion.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Rhéaume, combien faut-il de personnes, bénévoles ou à plein temps, pour faire fonctionner une radio communautaire? De combien d'argent par année avez-vous besoin pour fonctionner?

M. Rhéaume: Il nous faut de 250,000 \$ à 300,000 \$ par année. Le barème que nous utilisons est celui-ci: nous avons besoin d'un employé pour 10 heures de diffusion. Ainsi, une station qui diffuse 120 heures par semaine devrait normalement avoir une douzaine d'employés. Je dis bien «devrait»; en réalité, bien souvent, on fait ce qu'on peut avec cinq à sept employés, huit au maximum. Quelquefois, ce sont des gens à temps partiel. On essaie de se débrouiller.

• 0915

En ce qui a trait aux bénévoles, tout dépend des différents milieux. En milieu urbain, on peut compter sur 150 à 200 bénévoles par semaine. Dans une région plus isolée, on peut compter sur 25, 30 ou 40 bénévoles, selon les endroits et les ressources.

M. Blackburn (Jonquière): Je suis un peu étonné de voir ce qui se passe sur le terrain au niveau des radios communautaires. Il y en a une dans notre région, au Saguenay—Lac-Saint-Jean, et je suis conscient de ses difficultés. On a mis sur pied des radios communautaires et on leur a donné certaines subventions de départ; il y a eu certains programmes, mais ils ont été éliminés ou modifiés en cours de route. Vous donniez l'exemple des programmes de développement de l'emploi. Chaque année, les radios communautaires reviennent à la charge avec un programme de développement de l'emploi en espérant que le député va leur accorder ce dont elles ont besoin. Vous revenez l'été avec les programmes d'emploi Défi 87, encore une fois en espérant qu'on va vous donner de l'argent. Il me semble qu'il faut mettre de l'ordre dans tout cela. Si on veut que les radios communautaires existent, il faut entreprendre une action, modeler un concept d'organisation.

Les membres du Comité seront sûrement sensibles à cet aspect de la question. Que doit-on faire pour que les radios communautaires soient viables, afin que vous arriviez à offrir une programmation acceptable et que tout cela fonctionne convenablement dans les communautés?

[Traduction]

Mr. Rhéaume: It is rather difficult to talk about ratings now. According to the figures from surveys, we reach between 300,000 and 350,000 listeners out of a potential audience of almost 3 million. Roughly speaking, we reach between 8% and 12% of our potential audience. It is hard to obtain precise figures, because most stations cannot afford a subscription to the *Bureau of Broadcast Measurement*, it being so costly. Moreover, the *BBM* studies are not always relevant to our audience. They often cover a much larger territory than our broadcasting area.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Rhéaume, how many volunteers and full-time employees are needed to operate a community radio station? How much money do you need to operate for a year?

Mr. Rhéaume: We need between \$250,000 and \$300,000 a year. In terms of staffing needs, our calculation is based on one employee for every 10 hours of broadcasting. Thus, a station broadcasting 120 hours a week should normally have 12 employees. I say that it should have this number, but in actual fact we often make do with five or seven employees, eight at the most. Sometimes they are part-time employees. We manage as best we can.

As for volunteers, it depends on the setting. In an urban environment, we can count on between 150 and 200 volunteers a week. In remoter areas, we may have 25, 30 or 40 volunteers, depending on the place and the resources.

Mr. Blackburn (Jonquière): I am a bit surprised to see what is happening in community radios. There is one station in our region of Saguenay—Lac-Saint-Jean and I am aware of its difficulties. Community radio stations were set up and given some start-up funds; there were a few programs in place but they have been either eliminated or changed over time. You gave the example of the employment development programs. Every year community radio organizations come up with an employment development project in the hope that their member of Parliament will be able to get them the grant they need. Then you try again in the summer with the Challenge '87 Program, still hoping to get funding. It seems to me that we are going to have to put some order in the system. If we want community radio stations to be able to survive, we are going to have to act and come up with an organizational concept.

I am sure that committee members are sensitive to this point. What must be done to make community radio viable, so that you can offer acceptable programming and function normally in your communities?

[Text]

M. Rhéaume: Vous avez tout à fait raison: on développe une espèce de complexe au niveau des radios communautaires. Tous les quatre mois, il faut revenir à la charge, et on a l'air d'une *gang* d'achalants qui demandent sans cesse de subventions dans le cadre de programmes d'emploi. Vous savez très bien que les programmes d'emploi, de par leur nature même, sont limités dans le temps et ne permettent pas la régularité au niveau de l'emploi. Nous avons besoin d'un programme d'emploi qui pourrait être étendu sur un an ou deux. On pourrait établir une formule mixte, à savoir que la radio communautaire pourrait, après un an, partager les coûts de personnel. On bénéficierait alors d'un peu plus de régularité, car on pourrait garder le même personnel pendant un certain temps. Donc, un programme plus régulier et d'une plus longue durée nous serait d'une grande utilité.

J'ai parlé tout à l'heure de l'accès au programme d'aide à la petite et moyenne entreprises. Il y a certaines lacunes, par exemple au niveau des études de marché, des études de rentabilité. Tout cela coûte cher. Lorsque vous n'avez pas ces outils-là, vous avez beaucoup de difficulté à planifier vos revenus d'exploitation. Il serait bon qu'on ait accès au programme d'aide à la petite et moyenne entreprises. J'ai déjà vu le livre des subventions, et il est très épais. Je l'ai lu en entier, et j'ai vu trois programmes qui pouvaient, en théorie, s'adresser à nous, mais qui ne s'adressent pas du tout à nous, car nous sommes des organismes à but non lucratif, ce qui nous écarte tout de suite. On ne peut pas se rendre au bout de la ligne, on ne peut pas bénéficier de cette aide-là. Si quelque chose se passait à ces deux niveaux d'aide, cela nous aiderait énormément.

Le président: Merci, monsieur Blackburn. Monsieur Toupin.

M. Toupin: Comme vous pouvez le constater, c'est toujours une question d'idéologie qui sous-tend notre action.

• 0920

À prime abord, au niveau du gouvernement fédéral, nous avons parlé de la possibilité d'un comité de coordination. Étant donné qu'il n'y a pas de subventions directes comme au niveau provincial, vous vous demandez ce que le comité de coordination va coordonner. Je dois vous dire que je partage votre opinion à cet égard. Est-ce que vous préconisez des subventions semblables à celles qui existent au niveau provincial?

M. Rhéaume: Nous avons parlé de l'accès aux programmes et de programmes de formation à l'emploi. Il est certain qu'un programme spécifique à la radiodiffusion communautaire, *coast-to-coast*, serait probablement fort intéressant.

Cela dit, nous sommes réalistes. Nous savons qu'il existe déjà un programme au niveau du gouvernement québécois. Cela impliquerait que le gouvernement fédéral entreprenne. . . Cela rejoint justement la deuxième partie de la recommandation du Groupe de travail qui parle de

[Translation]

Mr. Rhéaume: You are quite right. Community broadcasters have developed a sort of complex. We keep coming back every four months with another application and seem like an awful nuisance with our constant requests for funding under the employment programs. You know that these programs are for a limited period of time and do not provide for regular employment. What we need is a program that could be extended for a year or two. There might be some sort of joint funding, whereby the community radio station would begin sharing staffing costs after a year. This would mean greater stability for us, since we could keep the same staff for a certain period of time. It would be very useful for us to have a more regular, long-term program.

I have referred to eligibility for programs aimed at small and medium-sized business. There are some shortcomings, for example, in the area of market and profitability studies. These studies are expensive. But without them, it is very difficult to plan your operations. We would certainly benefit from access to an assistance program intended for small and medium-sized business. I have seen the program description; it is a thick document. I read it from cover to cover and noted three programs that might theoretically apply to us, but do not in actual fact, since we are non-profit organizations, and are therefore automatically ruled out. So, we can neither apply for nor benefit from such assistance. If something could be done about these two levels of assistance, it would be of great help to us.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn. Mr. Toupin.

Mr. Toupin: As you can see for yourselves, there is always a question of ideology underlying everything we do.

Initially, we talked about establishing a co-ordinating committee at the federal government level. But since there are no direct grants, as there are at the provincial level, you are wondering just exactly what the co-ordinating committee is going to co-ordinate. I must say I share your views in that regard. Do you advocate a system of direct grants similar to that which exists at the provincial level?

Mr. Rhéaume: We talked about program access and employment training programs. Certainly, a specific program on community broadcasting, offered coast-to-coast, would be extremely helpful.

On the other hand, we are realistic. We know that the Quebec government already has such a program. It would mean the federal government undertaking. . . This relates back to the second part of the Task Force's recommendation on consultation. If the federal

[Texte]

concertation. Si le gouvernement fédéral voulait s'impliquer financièrement dans le développement des radios communautaires, il compléterait ce qui se fait déjà au niveau du Québec et on en serait très heureux, mais on sait fort bien qu'il va falloir que les deux paliers du gouvernement se concertent afin que les deux ne fassent pas la même chose. Il faudrait que ce soit vraiment complémentaire. Pour nous, ce serait certainement intéressant, mais on ne s'attend pas à ce qu'on crée demain matin un programme spécifique à la radio communautaire qui toucherait les radios communautaires du Québec. Au départ, il va falloir qu'il y ait concertation entre les deux paliers de gouvernement, fédéral et provincial. Il est bien certain que l'Association va s'y intéresser.

Il y a une chose que j'aimerais aborder. C'est un peu l'épine dans notre pied. On accuse souvent les radiodiffuseurs communautaires de faire une concurrence déloyale aux radios commerciales. Nous avons à peine 2 p. 100 du marché de ventes de publicité au Québec. Alors si des gens venaient vous voir au Comité pour vous dire que... On dit souvent cela dans les journaux et cela me tape sérieusement sur les nerfs. Nous recevons 1.3 million de dollars du ministère des Communications du Québec et nous avons à peine 2 p. 100 du marché de la publicité. Si vous avez parfois l'impression qu'on fait une concurrence déloyale aux radios privées, rappelez-vous ces chiffres-là.

M. Toupin: Je vais vous donner ma position personnelle. Pour moi, la télévision communautaire a une très grande importance pour le milieu. Vous répondez à ses besoins et vous faites participer la population. Croyez-vous qu'on devrait poser les questions suivantes au gouvernement fédéral? Reconnaissez-vous l'importance de la télévision communautaire? Quelle conception vous en faites-vous? Si oui, que comptez-vous faire pour nous aider?

M. Bernard: Il y a toujours eu des affinités naturelles entre les radios et les télévisions communautaires. On est évidemment au courant des problèmes que rencontrent depuis un an les télévisions communautaires. L'an dernier, il y a eu des collaborations assez précises avec les autres associations de médias communautaires. Même si cela a moins de rapport avec les travaux du Comité, il y a également une association de médias écrits communautaires qui existe. Les médias communautaires avaient vécu le même type de problèmes que les télévisions communautaires l'an dernier. Il y avait donc eu des collaborations entre les trois associations.

Est-ce qu'on considère que les télévisions communautaires sont importantes? Historiquement, les télévisions communautaires sont arrivées avant les radios. Les télévisions communautaires existent, si je ne m'abuse, depuis la fin des années 60. Les divers médias communautaires peuvent répondre aux mêmes besoins de la communauté et, dans certains cas, font un travail complémentaire. En termes de communication, la radio,

[Traduction]

government wanted to become financially involved in community radio development, it could supplement what is already being done in Quebec—which would be a welcome step, as far as we are concerned, although we know perfectly well the two levels of government are going to have to cooperate to avoid duplication. The two should really complement one another. From our point of view, it is certainly a very attractive proposal, although we do not expect a new program to be put in place tomorrow morning from which community radio organizations in Quebec could benefit. From the very outset, there will have to be dialogue between the federal and provincial governments. And certainly, our association will take a keen interest in developments.

There is one issue I would like to address. I suppose you could say it is a thorn in our side, in a way. Community broadcasters are often accused of competing unfairly with commercial radio. We have barely 2% of the advertising market in Quebec. So if people came before your committee to say that... It is often mentioned in the newspapers, and it really bothers me. We receive \$1.3 million from the Quebec Ministry of Communications, and we have barely 2% of the advertising market. So, if you are ever tempted to believe that we are competing unfairly with private radio, just keep those figures in mind.

Mr. Toupin: I would like to state my personal position. As far as I am concerned, community television plays an extremely important role within the community. You meet the needs of a given community and you allow its members to participate. Do you think we should be asking the following questions of the federal government: Do you recognize the importance of community television? What is your conception of it? And if you do realize its importance, what do you intend to do to assist us?

Mr. Bernard: There has always been a natural affinity between community radio and television. We are obviously aware of the problems that community television stations have had in the past year. We did in fact cooperate quite closely with other community media associations last year. Although this may be of less interest to the committee, there is also an association of community print media. Other community media had the same kinds of problems that community television did last year. So there was some cooperation among the three associations.

Is community television considered important? Well, historically, speaking community television preceded community radio. If I am not mistaken, community television has been around since the late sixties. The various community media all meet the same community needs, and in some cases, complement one another. In terms of communications, radio, television and print media often have totally different types of penetration.

[Text]

la télévision et le média écrit ont souvent des types de pénétration totalement différents. Le traitement de la nouvelle n'est pas effectué de la même façon. Le rythme de la nouvelle, le type de participation et de collaboration de la communauté au sein de chacun de ces médias-là sont complémentaires. Par conséquent, l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec appuie totalement les télévisions communautaires et les médias écrits communautaires.

• 0925

M. Toupin: Merci, monsieur. Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur Toupin. Madame Finestone, s'il vous plaît.

Mme Finestone: Radio-Canada a refusé à vos réseaux communautaires l'accès à ses antennes, n'est-ce pas? Vous avez demandé l'accès à Radio-Canada. . .

M. Rhéaume: C'est une recommandation au niveau de la radiodiffusion communautaire. Nous, au Québec, on n'a pas vraiment eu de problèmes à ce niveau-là. Je ne saurais vous dire si, à l'extérieur du Québec, Radio-Canada a des ententes avec les radios communautaires. Je n'ai pas dit que Radio-Canada leur refusait l'accès à ses antennes, pas du tout.

Mme Finestone: Avez-vous eu accès à du financement? Quelle est la nature du financement que vous obtenez? Vous avez sans doute des revenus publicitaires.

M. Rhéaume: Dans notre secteur, au niveau du Québec, nous nous autofinçons à un peu plus de 50 p. 100 au moyen de revenus publicitaires, c'est-à-dire de la vente de temps d'antenne. Nous nous finançons à 12 p. 100 au moyen des revenus provenant du milieu. Cela fait donc à peu près 62 p. 100. Il faut bien s'entendre: c'est une moyenne. Il y a des stations qui s'autofincent à 35 p. 100 et d'autres qui s'autofincent à 97 p. 100. Il faut faire la moyenne.

Les chiffres sont des chiffres de 1984. Ce ne sont pas des chiffres récents.

Mme Finestone: Oui, je sais. J'étais en train d'en discuter avec mon collègue.

Croyez-vous que les stations qui sont en mesure de s'autofinancer à 80 ou 85 p. 100 poursuivent le même but que les autres stations communautaires? Est-ce qu'il y a des stations communautaires qui poursuivent en réalité un but commercial?

M. Rhéaume: Je réponds non à votre deuxième question. Quant aux stations qui ont un autofinancement très important, ce sont, la plupart du temps, des stations de premier service. On parle de stations comme celle de Gaspé.

Mme Finestone: Dans les centres isolés.

M. Rhéaume: Dans des centres tout à fait isolés, les Îles-de-la-Madeleine, etc. Il y a là un marché; il est petit, mais il existe. C'est très différent, par exemple, des stations de

[Translation]

News is not dealt with in the same way. In each of these media, the pace of news and the type of community participation and co-operation complement one another. Consequently, the *Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec* totally supports community television and community print media.

Mr. Toupin: Thank you. Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you, Mr. Toupin. Mrs. Finestone, you have the floor.

Mrs. Finestone: I believe Radio-Canada refused your community network access to its air time, did it not? You requested access to Radio-Canada. . .

Mr. Rhéaume: Well, that is actually a recommendation that has been made by community broadcasters. In Quebec, we do not really have any problem in that respect. I could not possibly say, however, whether the CBC has any agreements with community radio stations outside Quebec. But I never said that Radio-Canada had refused to give them access—certainly not.

Mrs. Finestone: Have you had access to funding? What type of funding do you now receive? I imagine you have advertising revenues.

Mr. Rhéaume: In our sector in Quebec, we ourselves finance a little more than 50% of our operations through advertising revenues, in other words, by selling air time. Twelve percent of our funding comes from the community itself. That gives a total of about 62%. But I want to make it clear that that is an average. There are stations that are 35% self-financed, and others that are 97% self-financed. You have to average it all out.

Those figures are 1984 figures—not recent ones.

Mrs. Finestone: Yes, I know. I was just discussing that with my colleague.

Do you think that stations that are 80% to 85% self-financing pursue the same goals as other community stations? Do some community stations in fact have more commercially-oriented goals?

Mr. Rhéaume: The answer to your second question is no. As for stations that are practically entirely self-financed, for the most part they are primary stations—like the one in Gaspé, for instance.

Mrs. Finestone: In isolated places.

Mr. Rhéaume: Yes, in extremely isolated spots like the Madeleine Islands, etc. There is a market there; it is small, but it is there all the same. It is very different from the

[Texte]

premier service qui sont à Natashquan. Là on ne peut pas parler d'autofinancement à 88 p. 100.

Mme Finestone: Non, mais elles sont de type A et non de type B.

M. Rhéaume: Elles sont de type B.

Mme Finestone: J'ai un temps assez limité, mais si vous voulez absolument ajouter quelque chose, monsieur Rhéaume ou monsieur Bernard, faites-le.

J'ai été bien heureuse d'apprendre qu'une étude de fonctionnement est faite par la Banque fédérale de développement. Peut-être va-t-on faire quelque chose de bon à un moment donné. Peut-être devriez-vous aller frapper à la porte de l'ACDI. Vos demandes seraient sans doute mieux accueillies.

Il va de soi qu'il est bon qu'une étude de fonctionnement soit faite, mais ce qui m'inquiète, c'est toute la question du financement. Continuerez-vous à dépendre des dons, du financement des deux niveaux du gouvernement? Ici, au Québec, vous avez 1.3 million de dollars.

• 0930

M. Rhéaume: Pour 26 radios.

Mme Finestone: Pour combler le trou entre le financement du gouvernement provincial et vos revenus publicitaires, un trou assez large, quels moyens prendrez-vous? Vous voulez de l'argent du fédéral?

M. Rhéaume: J'aimerais qu'on se comprenne. On ne demande pas seulement de l'argent. Cela, c'est une chose. Il y a à combler un montant à peu près égal à ce qui nous est octroyé par le ministère des Communications du Québec, soit environ un million de dollars. L'argent, c'est une chose. Il est certain que la radiodiffusion communautaire, étant donné son mandat et le travail qu'elle effectue, aura, jusqu'à preuve du contraire, toujours besoin d'une aide gouvernementale. Mais nous avons aussi besoin, pour notre développement, d'avoir accès à un certain nombre de services. Si nous n'avons pas cela, nous avons de fortes chances de demeurer dépendants.

Mme Finestone: C'est pour cela que je vous ai posé la question. L'argent équivaut aux services, au développement, à l'éducation, à toute une série de choses. Par quels moyens peut-on s'entraider? Au moyen de l'éducation des adultes, une formation financée par le gouvernement fédéral? C'est une autre forme de financement. Cela pourrait vous aider? Très bien.

Est-ce qu'il y a moyen de déterminer le pourcentage de personnes rémunérées et le pourcentage de bénévoles qu'il faut pour faire fonctionner efficacement un service communautaire? Y a-t-il des barèmes?

M. Rhéaume: Oui, il y a des barèmes, mais faut prendre cela avec des pincettes. Selon que vous êtes à Senneterre, à Natashquan, à Gaspé ou à Montréal, le contexte est fort différent et les besoins ne sont pas les mêmes. Comme je l'ai dit tout à l'heure, une radio

[Traduction]

primary stations in Natashquan, for instance. There, there is no possibility of 88% self-financing.

Mrs. Finestone: But they are type A, not type B stations.

Mr. Rhéaume: No, they are type B.

Mrs. Finestone: My time is quite limited, but if you really want to add something, Mr. Rhéaume or Mr. Bernard, please feel free.

I was very happy to learn that study is being conducted by the Federal Business Development Bank. Perhaps something positive will come out of this at some point. Maybe you should go and knock at CIDA's door. You might get a better reception.

It is certainly encouraging that a study is being conducted, but what concerns me is the funding question. Will you continue to depend on donations and funding from both levels of government? Here in Quebec, you receive 1.3 million dollars.

Mr. Rhéaume: For 26 radio stations.

Mrs. Finestone: What exactly will you do to fill the gap between provincial government funding, and your advertising revenues—which is quite a large gap? Do you want federal government funding?

Mr. Rhéaume: I think it is important that we understand one another. We are not only asking for money. That is one aspect. We do require an amount of money almost equal to that which we are receiving from the Quebec Ministry of Communications in other words, about \$1 million. Money is one aspect. And there is no doubt that community broadcasting, given its mandate and the kind of work it does, will always require government assistance—at least until we find evidence to the contrary. But to ensure our development, we also require access to a certain number of services. If we do not get that, it is very likely that we will remain dependent.

Mrs. Finestone: That is why I put this question to you. Money means services, development, education, and a whole series of things. How can we help one another? Through adult education, which is training funded by the federal government? That is another form of funding. Would that help you? Fine.

Is there any way of ascertaining what percentage of paid staff, and what percentage of volunteers are required for a community station to operate effectively? Is there a formula for determining this?

Mr. Rhéaume: Yes, there is, but one must exercise a lot of caution when using it. Depending on whether you are in Senneterre, Natashquan, Gaspé or Montreal, the context and the requirements are not the same. As I said earlier, the staff required by a community radio station is

[Text]

communautaire a besoin de personnel en fonction de ses heures de diffusion. Notre barème n'est absolument pas le même que celui de la radio commerciale et n'est certainement pas le même que celui de la radio d'État. On n'a pas fait d'études scientifiques à ce sujet, mais, à la lumière de nos 10 années d'expérience en radiodiffusion communautaire, on évalue nos besoins en matière de personnel à une personne pour 10 heures de diffusion.

En ce qui a trait aux bénévoles, nos besoins sont en fonction des heures de diffusion et du milieu. Par exemple, à Senneterre, c'est un peu plus tranquille au niveau des bénévoles.

Mme Finestone: J'aimerais revenir à deux points. J'aimerais qu'on parle du contenu des commerciaux, mais auparavant, de la table de concertation annoncée par le gouvernement. A-t-elle été annoncée par le ministère fédéral des Communications ou par le CRTC? Qu'est-ce que c'est, cette table de concertation à laquelle vous avez fait allusion?

M. Rhéaume: C'est directement relié à la recommandation 19.8, où le Groupe de travail demande au gouvernement fédéral de créer, au sein du ministère des Communications du Canada, un service de coordination. Comme je le disais, ce service de coordination est fort intéressant en soi. On parle aussi de concertation entre les divers paliers.

Mme Finestone: Dites-vous que c'est recommandé ou que c'est déjà en place?

M. Rhéaume: Ce n'est pas en place du tout. Ce service n'existe pas. C'est une recommandation du Groupe de travail.

Mme Finestone: Je sais.

M. Rhéaume: On a quelquefois des rencontres avec des gens du ministère des Communications ou du CRTC, mais il n'y a pas véritablement d'organisme de coordination ou de concertation.

Mme Finestone: Donc, vous voulez que cette recommandation soit mise en application dans notre politique de l'avenir. Est-ce bien cela?

M. Rhéaume: Concrètement, il est fort souhaitable qu'il y ait un comité de coordination, mais, comme je le disais, que va-t-il coordonner? Avant de mettre sur pied un comité de coordination ou de concertation, il faut voir clairement quelle sera l'implication du gouvernement fédéral dans la radiodiffusion communautaire. On verra par la suite si ce qui est mis de l'avant nécessite un comité de coordination.

• 0935

Mme Finestone: Donc, il faut un groupe de travail pour définir la tâche.

M. Rhéaume: Eh bien, il faut définir l'implication du gouvernement dans tout cela. Ensuite, si le gouvernement veut véritablement s'impliquer dans tout cela et mettre

[Translation]

a function of the number of hours it broadcasts. Our formula is certainly nothing like the one used in commercial radio, nor again is it anything like the one used in the crown-owned network. We have not actually done any scientific studies on this, but based on ten years of experience in community broadcasting, we have assessed our staffing needs at one staff person for every ten hours of broadcast time.

When it comes to volunteers, our requirements are again a function of the number of broadcast hours and the community itself. For instance, in Senneterre, there is somewhat less volunteer activity.

Mrs. Finestone: I would like to come back to two points. I would like to talk a little bit about advertising content, but before that, I would just like to raise the matter of the consultations announced by government. Was it the federal Department of Communications or the CRTC that announced this? And what exactly is involved?

Mr. Rhéaume: It is directly related to recommendation 19.8 of the Task Force report, where the latter requests that the federal government establish a co-ordinating service within the federal Department of Communications. As I was saying, this co-ordinating service is a very interesting idea in itself. There has also been talk of dialogue among the various levels of government.

Mrs. Finestone: Are you saying that it has been recommended or that it is already in place?

Mr. Rhéaume: No, it is not in place. No such service yet exists. It is nothing more than a Task Force recommendation.

Mrs. Finestone: I know.

Mr. Rhéaume: We sometimes have meetings with officials of the Communications Department or the CRTC, but there is not any real co-ordinating service.

Mrs. Finestone: So, you would like this recommendation to be acted on in our future policy. Is that correct?

Mr. Rhéaume: Practically speaking, it would certainly be advisable to have such a co-ordinating committee, but as I said earlier, what is it going to co-ordinate? Before establishing a co-ordinating committee or any type of dialogue, we must have a clear idea of what the federal government's involvement in community broadcasting will be. After that, we will be in a position to determine whether what is being put forward requires a co-ordinating committee.

Mrs. Finestone: So, we need a task force to define the job to be done.

Mr. Rhéaume: Well, we must define what the government's involvement will be. Then, if the government really wants to get involved and establish new

[Texte]

sur pied des programmes, on verra s'il y a lieu de créer un comité de coordination. Si le gouvernement annonce la création de tel ou tel programme, s'il consent à aller chercher des fonds au niveau du ministère de l'Emploi et de l'Immigration, etc., il va se dire: Mon Dieu, c'est très compliqué, tout cela. À ce moment-là, on mettra sur pied un comité de coordination. Cela nous fera plaisir d'y participer.

Mme Finestone: Merci beaucoup, monsieur Rhéaume.

Le vice-président: Merci, monsieur Rhéaume et monsieur Bernard, pour votre témoignage.

We will call our next witnesses from *Radio-Canada, télévision française*.

Le président: Monsieur Delaney, nous vous souhaitons une très chaleureuse bienvenue.

Nous avons reçu à Chicoutimi et à Québec de bons rapports concernant les efforts de vos réseaux de radio et de télévision. Nous sommes heureux d'entendre votre témoignage. Voulez-vous commencer par nous présenter vos collègues?

M. Franklin Delaney (vice-président du réseau français de télévision de la Société Radio-Canada): Monsieur le président, je vous présente M^{me} Andrée-Anne Bournival, directrice générale adjointe des programmes à la télévision, production externe; M^{me} Francine Côté, directrice générale de la planification au réseau de télévision; M. Pierre O'Neil, directeur général des programmes d'information à la télévision et à la radio; et M. Jean Dumas, directeur général adjoint à la programmation, production interne.

Je voudrais d'abord vous remercier de nous avoir invités à vous rencontrer ce matin. Je suis en effet heureux d'échanger avec vous sur les différentes questions concernant le rôle de la télévision française de Radio-Canada dans la promotion et la diffusion de la culture canadienne. Les artisans de notre réseau ont pu jusqu'ici suivre vos audiences à travers le pays, et je voudrais saisir l'occasion qui m'est donnée pour souligner que c'est pour nous une source de réflexion très sérieuse sur les attentes de la population à l'égard de la radiodiffusion canadienne.

Comme on sait, le réseau français de télévision de Radio-Canada possède un caractère original. C'est d'ailleurs un constat du rapport Sauvageau-Caplan qui a, à notre avis, très bien saisi les enjeux dans ce dossier fort complexe de la radiodiffusion. Il suffit en effet de jeter un coup d'oeil aux grilles horaires et à la structure des réseaux de télévision français et anglais pour en remarquer les évidentes différences. Par exemple, il n'y a qu'à penser aux rôles vitaux que jouent les téléromans au réseau français et à l'absence d'émissions semblables au réseau anglais ou qu'à constater l'importance de Radio-Canada dans le développement de la musique populaire francophone.

[Traduction]

programs, we will see whether it would be appropriate to set up a co-ordinating committee. If the government announces the creation of such and such a program, if it agrees to get funds from the Department of Employment and Immigration, for example, it is likely to decide that that makes the process a very complicated one. Under the circumstances a co-ordinating committee could be set up. And we would be pleased to be part of it.

Mrs. Finestone: Thank you very much, Mr. Rhéaume.

The Vice-Chairman: Thank you, Mr. Rhéaume and Mr. Bernard, for your testimony.

Je demande maintenant aux témoins suivants de venir s'asseoir à la table, il s'agit des représentants de la télévision française de Radio-Canada.

The Chairman: Mr. Delaney, we wish you a very warm welcome to the committee.

In both Chicoutimi and Quebec City, we got very good reports about the efforts of your radio and television networks. We are very pleased to have an opportunity to hear your testimony. Would you begin by introducing your colleagues, please?

Mr. Franklin Delaney (Vice-Chairman, French Television Network, Canadian Broadcasting Corporation): Mr. Chairman, I would like to introduce Mrs. Andrée-Anne Bournival, Assistant Director General of Television Programs, Outside Production; Mrs. Francine Côté, Director General of Planning, Television; Mr. Pierre O'Neil, Director General of News Programs, Television and Radio; and Mr. Jean Dumas, Assistant Director General of Programming, In-house Production.

I would first like to thank you for inviting us to appear before you this morning. I am indeed very pleased that we have this opportunity to exchange views with you on various issues relating to the role of Radio-Canada's French-language television in promoting and disseminating Canadian culture. People from our network have been following your hearings across the country, and I would like to take this opportunity to point out that as far as we are concerned, they are a source of very serious thought on the expectations of Canadians with respect to broadcasting.

As you all know, the French language television network of the CBC is somewhat unique. Indeed, that is an observation made in the Caplan-Sauvageau Report itself, and one which, in our view, shows a clear understanding of exactly what is at stake in this very complex issue of broadcasting. In fact, one has only to glance at the schedules and organizational structures of the French-language and English language television networks to see that there are obvious differences. I might mention, for example, the vital role of serials on the French-language network, and the complete absence of similar programs on the English language network; or again, the important role of *Radio-Canada* in developing popular francophone music.

[Text]

[Translation]

• 0940

En fait, la télévision française de Radio-Canada a toujours été perçue, au Canada français, comme un élément dynamique indispensable à l'évolution sociale, et notre télévision a toujours fortement contribué à l'émergence d'une culture authentique et originale. Les artisans de Radio-Canada sont d'ailleurs devenus les vedettes de toute une collectivité. Jadis avec *Les Plouffe* et *Le Sel de la semaine*, hier avec *Le Temps d'une paix* et *Noir sur blanc*, aujourd'hui avec *Des Dames de coeur*, *L'Héritage*, ainsi que *Le Point* et *L'actuel*, la télévision de Radio-Canada a su, croyons-nous, créer des liens privilégiés avec son public.

Tout en soulignant son appui fondamental à la société et à la culture québécoise, Radio-Canada n'ignore pas non plus le cadre socio-culturel des autres communautés culturelles francophones établies de longue date ailleurs au Canada. Aussi s'efforce-t-elle de répondre aux besoins particuliers des diverses régions du pays. En effet, bien qu'il soit plus facile pour la Société Radio-Canada de répondre à ces besoins réels et importants en période d'abondance qu'à l'heure actuelle, nous estimons que ces demandes sont légitimes et méritent d'être prises en compte dans sa programmation. Nous sommes conscients en effet que sans nous, la population francophone à l'extérieur du Québec n'aurait accès qu'à des émissions en langue anglaise.

Évidemment, comme l'ont dit bien d'autres avant moi, là où le bât blesse le plus, c'est la situation financière du réseau français de télévision. La semaine dernière, je rencontrais les cadres et les représentants du Cartel intersyndical des employés de la Société Radio-Canada afin de leur expliquer les décisions prises par le conseil d'administration de la Société concernant les objectifs stratégiques de la télévision française pour les trois prochaines années, cela conformément à l'énoncé budgétaire du ministre des Finances, M. Michael Wilson, le 23 mai 1985.

Comme vous l'avez sans doute appris, les compressions budgétaires des dernières années ont généré chez plusieurs de nos artisans un sentiment d'incertitude, voire d'insécurité et de morosité. Aussi était-il important de les mettre au courant le plus tôt possible des décisions qui affecteront leurs façons de travailler au cours des prochaines années.

Je leur ai notamment souligné que dans trois ans, nous devrons travailler avec 93 p. 100 des ressources financières actuelles, c'est-à-dire de l'année 1987-1988, tout en maintenant à son présent niveau les ressources de nos stations régionales qui ne pourraient subir plus de coupures sans que leur existence soit mise en péril. Or, pendant ce temps-là, la concurrence s'est accrue. Le téléspectateur a à sa portée un choix imposant: l'omniprésence des réseaux américains, la présence de quatre réseaux francophones dans le seul marché québécois, la prolifération des choix par la câblodistribution, etc.

In fact, *Radio-Canada's* television network has always been perceived in French Canada as an essential and dynamic element of social development, and furthermore, it has greatly contributed to the emergence of an authentic and original culture. *Radio-Canada's* artists and artisans have in fact become the stars of an entire community. Years ago with *Les Plouffe* and *Le Sel de la semaine*, yesterday with *Le Temps d'une paix* and *Noir sur blanc*, and today with *Des Dames de coeur*, *L'Héritage*, and of course, *Le Point* et *L'actuel*, French-language television established, and continues to establish, a special bond with its audience.

While emphasizing its fundamental support for Quebec society and culture, *Radio-Canada* is no less mindful of the socio-cultural context of other long-established francophone cultural communities in Canada. Consequently, it attempts to meet the special needs of the various regions of the country. And while it is easier for the Canadian Broadcasting Corporation to meet those real and important needs in times of prosperity than it is nowadays, we are of the view that they are legitimate demands and warrant being reflected in our programming. We are in fact aware that without us, francophones living outside Quebec would have access to only English-language programming.

Of course, as many others have undoubtedly said before me, where the shoe pinches most at *Radio-Canada* is in the area of finances. Last week, I met with executives and representatives of the Cartel intersyndical *des employés de la Société Radio-Canada* to explain the decisions of the Corporation's Board of Directors regarding strategic goals for French television over the next three years, in accordance with the budget announcement made by the Minister of Finance, Mr. Michael Wilson, on May 23, 1985.

As you probably are aware, budget cuts in recent years have generated feelings of uncertainty, and even insecurity and moroseness among employees. As a result, it was essential to make them aware as soon as possible of decisions affecting their work in the course of the next few years.

I pointed out to them, among other things, that in the next three years, we will have to work with only 93% of our current financial resources—that is, for the 1987-1988 period—while maintaining at its current level the resources of regional stations that could not possibly accommodate any further cuts without imperilling their very existence. But during this period, competition has increased. Television viewers are faced with an overwhelming choice: the omnipresent American networks, four francophone networks in the Quebec market alone, and the many new services now available on cable.

[Texte]

Donc, nous ne sommes plus seuls et il faut composer avec cette réalité. Par ailleurs, la ressource principale de la télévision française de Radio-Canada, son potentiel humain, s'est amenuisée. Un nombre imposant d'artisans de la première heure ont pris leur retraite. Il y a là un problème réel de relève et de formation accentué par les difficultés financières actuelles.

Devant cet état de fait, il nous fallait réagir et nous avons décidé de nous aligner sur un certain nombre d'objectifs stratégiques, dont les suivants:

- d'abord, tenter de maintenir le cap sur l'excellence;
- tenter d'améliorer encore la qualité du produit;
- maintenir une programmation distincte et populaire;
- maintenir et, si possible, accroître notre part d'auditoire;
- compenser le manque à gagner du financement public par un accroissement de la productivité et des revenus commerciaux.

• 0945

De ces rencontres, je retiens un dénominateur commun: la volonté de tous d'agir et de se relever les manches malgré ce contexte difficile. Tout ceci nécessite évidemment une remise en question vigoureuse de nos façons traditionnelles de faire les choses et de produire des émissions.

Il nous faut réapprendre à faire mieux et plus avec moins de ressources. Ce n'est pas une tâche facile, on en conviendra. Il nous faudra la collaboration d'abord de nos artisans, ensuite des producteurs indépendants, dont l'apport à la production sera bientôt de 50 p. 100 si on fait exception de l'information et du sport.

Somme toute, notre problème primordial n'est pas de produire ou de mettre à l'horaire des émissions canadiennes de qualité, mais bien d'avoir accès à des ressources suffisantes pour faire de ces objectifs de promotion et de grille horaire, une réalité. Or, il s'avère de plus en plus difficile de respecter notre mandat sans obtenir des fonds supplémentaires.

Pourtant, nous croyons que nous faisons véritablement notre part pour pallier cette difficulté de taille: nous augmentons notre productivité et nous augmentons nos revenus commerciaux.

Il nous reste maintenant à convaincre le Parlement de nous aider. Nous n'avons pas besoin de modifications législatives ni de nouvelles politiques en ce moment, mais plutôt d'un financement conforme à notre mandat actuel et aux attentes qu'il crée chez les Canadiens.

Quant à l'avenir à plus long terme, la voie a été tracée, croyons-nous, par le Groupe Sauvageau-Caplan. Les demandes des Canadiens vis-à-vis des services de Radio-Canada sont en croissance constante et, en dernière instance, il appartient à vous, les parlementaires, d'en déterminer le niveau et les ressources correspondant à ce niveau.

[Traduction]

So, we are no longer alone, and we have to come to terms with that fact. At the same time, the primary resource of French-language television—its human potential—has dwindled. A significant number of veterans have retired. We are now facing a real problem of staff replacement and training, made all the more acute because of our current financial problems.

Faced with such a situation, we had to act, and therefore decided to set our sights on the following strategic goals:

- first of all, to try and maintain our standards of excellence;
- to try and further improve the quality of our product;
- to maintain distinctive and popular programming;
- to maintain and, where possible, increase our audience;
- to offset the shortfall in government funding through increased productivity and advertising revenues.

From these meetings emerged a common thread: everyone's determination to pull up his sleeves and do whatever is necessary, despite our difficult situation. Of course, this will require a thorough review of our traditional ways of doing things, including producing programming.

We must again learn to do more and better with fewer resources. It is not an easy task, as anyone would admit. We will require the cooperation of our artisans and independent producers, whose contribution to production will soon reach 50%, excluding news and sports.

When all is said and done, our fundamental problem is not producing or scheduling high quality Canadian programs, but gaining access to adequate resources so that we can make those goals of promotion and scheduling a reality. But it is proving more and more difficult to fulfill our mandate without additional funding.

And yet, we believe we are truly doing our share to deal effectively with this formidable problem: we are increasing our productivity as well as our advertising revenues.

Now what we must do is convince Parliament to help us. We do not need legislative changes or new policies right now, but rather, funding that is in keeping with our current mandate and the expectations it creates among Canadians.

As far as the longer term future is concerned, you can believe us when we say that the way has already been shown by the Caplan-Sauvageau Task Force. The demands of Canadians for CBC services are constantly increasing and, in the end, it is up to you, as parliamentarians, to determine the level of those services and the corresponding resources.

[Text]

Je suis conscient que ce que j'ai dit, d'autres l'ont dit avant moi. On n'est d'ailleurs pas à court d'excellentes déclarations d'intention pour appuyer Radio-Canada dans son mandat, mais il faudrait maintenant que le geste suive le discours actuel. Tout geste que votre Comité pourrait poser en ce sens obtiendra, je crois, l'assentiment de beaucoup de Canadiens.

Monsieur le président, je vous remercie.

Le président: C'est clair, monsieur Delaney. Monsieur Gormley.

Mr. Gormley: Welcome, Mr. Delaney; it is good to see you again. I wanted to focus, at least on this first round of questions, on affiliation agreements and some testimony we received yesterday from one of our witnesses. When one views a total audience for CBC's French network service, how much of that total audience would receive the service through an affiliate?

M. Delaney: Je vais demander à M^{me} Côté de répondre, s'il vous plaît.

Mme Francine Côté (directrice générale de la planification au réseau français de télévision de la Société Radio-Canada): Et moi, je vais vous demander la permission d'appeler à la table mon directeur général adjoint, qui est responsable des relations avec les affiliés. Il va vous donner des réponses beaucoup plus précises que je ne pourrais le faire. Monsieur Kirouac, s'il vous plaît.

M. Jean-Paul Kirouac (directeur général adjoint de la planification (diffusion) au réseau français de télévision de la Société Radio-Canada): De 25 à 30 p. 100. Cela varie un peu avec les saisons et les années.

Mr. Gormley: Okay. Yesterday I think it was COGECO that indicated that although your ad revenues were increasing you planned to cut the payments to your affiliates by 20% in 1988. I was wondering, is that statement accurate, to your knowledge? Is this in the plans?

M. Kirouac: Vraiment, je suis étonné. Il me semble qu'il n'y a pas, dans les négociations actuelles, de diminution des tarifs des stations affiliées. Il n'y a pas nécessairement de diminution prévue. C'est certain que les affiliés ne recevront pas autant qu'ils le désirent, mais je ne vois pas de diminution dans ce qui est proposé par Radio-Canada.

M. Delaney: Monsieur Gormley, traditionnellement, nos stations affiliées étaient rémunérées selon une formule basée principalement sur le partage des ventes nationales de publicité. Depuis deux ans, nous sommes en négociations avec nos stations affiliées, tant du côté anglophone que du côté francophone. Nous leur avons proposé une formule de rémunération basée sur la distribution de nos émissions.

• 0950

Qu'est-ce qui se produit? Nous avons dû adopter cette formule parce qu'il est reconnu qu'au Canada, les ventes

[Translation]

I am aware that others have said all of this before me. And there is certainly no shortage of excellent statements pledging support for Radio-Canada and its mandate; but what is needed now is concrete action. Any action your committee could take in this direction would, I believe, be supported by a great many Canadians.

Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: You have made your views very clear, Mr. Delaney. Mr. Gormley.

M. Gormley: Bienvenue, monsieur Delaney; je suis très heureux de vous revoir. Pour ce premier tour de questions, je voudrais vous interroger sur les ententes d'affiliation et certains témoignages que nous avons reçus hier. Par rapport au nombre global de téléspectateurs du service de télévision française de Radio-Canada, combien de téléspectateurs reçoivent ce service par l'entremise d'une station affiliée?

Mr. Delaney: I would like to ask Ms Côté to answer, if you do not mind.

Ms Francine Côté (Director General of Planning, French-language television network, Canadian Broadcasting Corporation): And I, in turn, am going to ask permission to call my Assistant Director General to the table, as he is in charge of relations with affiliates. He will be in a position to give you far more accurate answers than I could. Mr. Kirouac, please.

Mr. Jean-Paul Kirouac (Assistant Director General of Planning (Broadcasting), French-language television network, Canadian Broadcasting Corporation): Between 25% and 30%. It varies depending on the season and the year.

M. Gormley: Très bien. Je pense que c'est COGECO qui nous a indiqué hier que, même si vous aviez des revenus commerciaux accrus, vous prévoyiez tout de même de réduire les versements aux stations affiliées de 20 p. 100 en 1988. Est-ce vrai, d'après vous? Est-ce que cela fait partie de vos projets?

Mr. Kirouac: Well, I am really surprised to hear you say that. In current negotiations, it seems to me there has been no decrease in rates for affiliates. There is not necessarily any decrease planned. Of course, affiliates will not receive as much as they want, but I do not see any decrease being in the works, as far as what *Radio-Canada* is proposing.

Mr. Delaney: Mr. Gormley, traditionally our affiliates were paid using a formula based primarily on shared national advertising sales. We have been negotiating with our affiliates over the past two years, both English- and French-language affiliates. We proposed a formula of payment based on programming distribution.

And what has been the outcome of this? Well, we have had to adopt that formula because in Canada national

[Texte]

nationales diminuent en faveur des ventes locales et des ventes nationales sélectives. Les ventes nationales réseau, elles, diminuent. C'était la formule de rémunération de base de nos stations affiliées.

Pour ce qui est de COGECO et de tous les autres affiliés de langue française, bien que nous n'ayons pas d'accord avec l'ensemble d'entre eux, nous n'avons prévu en aucun cas une diminution de leurs paiements.

Mr. Gormley: In terms of their revenues, this is a decrease based on the new formula. Would they be getting less than they would have anticipated on the prior formula?

M. Delaney: Non, monsieur.

Mr. Gormley: I am wondering what factors are considered in deciding what the affiliates should receive for carrying the network service. What factors do you bring into this in terms of bringing some kind of arrangement? You are talking about the formula being changed. Why was it changed? What sorts of things did you consider when changing it?

M. Delaney: D'abord, je dois vous dire qu'au fil des années, la formule pour établir le paiement aux affiliés était devenue d'une complexité telle que très peu de personnes, tant du côté des affiliés que du côté de Radio-Canada, pouvaient la comprendre.

Dans un premier temps, il y avait un désir, de part et d'autre, de simplifier la formule. D'autre part, vu qu'un des principaux facteurs déterminant le paiement aux affiliés était le montant des ventes nationales de publicité réseau et que ce montant diminuait d'année en année, diminuant potentiellement le paiement aux affiliés, nous avons cru qu'une formule plus équitable, et pour les affiliés et pour Radio-Canada, serait de baser la rémunération sur les services que les affiliés rendaient en distribuant des émissions de Radio-Canada. Le principal facteur, c'est ce que les affiliés font pour nous en termes de distribution d'émissions.

Mr. Gormley: This is what I wanted to ask you about. Do all of the French affiliates carry the full network service, or is it again a variable part of the equation?

M. Delaney: Cela varie.

M. Kirouac: Les affiliés peuvent ne pas diffuser une certaine partie des émissions, soit ce qu'on appelle les émissions non-réseau.

Dans les faits, cette année, toutes les émissions diffusées aux heures de grande écoute seront distribuées par tous les affiliés. C'est vraiment la première fois qu'une telle chose se produit. Ceci est une indication que le service de programmation de Radio-Canada correspond tout à fait aux intérêts des affiliés. Il faut dire que beaucoup de ces émissions portent des messages qui sont vendus par les affiliés.

[Traduction]

sales have had a tendency to drop, while local and selected national sales have gone up. National network sales are definitely down. That is the basic formula used for our affiliates.

As for COGECO and all other French-language affiliates, even though we do not actually have an agreement, we are certainly not planning to lower their payments.

M. Gormley: Au chapitre de leurs revenus, il y a quand même diminution avec la nouvelle formule. Ne recevront-elles pas des paiements moindres par rapport au montant qu'elles recevaient en vertu de l'ancienne formule?

Mr. Delaney: No, sir.

M. Gormley: Je me demande quels sont les facteurs qui servent à déterminer ce que doivent recevoir les stations affiliées du fait qu'elles diffusent les émissions du réseau. Quels facteurs entrent en ligne de compte dans les ententes qui sont conclues? La formule a été modifiée, avez-vous dit. Pourquoi? Quels ont été les éléments-clés?

Mr. Delaney: I must first tell you that over the years, the formula used to determine payments to the affiliates had become so complex that very few people at either the affiliate stations or Radio-Canada could understand it.

So there was a desire on both sides to try and simplify it. On the other hand, since one of the key factors in determining payments to affiliates was the amount of national advertising sales at the network level, and since that amount was decreasing from year to year, meaning a potential decrease in payments to affiliates, we thought that a fair system, both for the affiliates and Radio-Canada, would be to base compensation on the service provided by affiliates in carrying network programming. So the main factor is what the affiliates actually do for us broadcasting our programming.

M. Gormley: Justement, je voulais également vous demander si ce sont toutes les stations affiliées de langue française qui distribuent l'ensemble des émissions du réseau ou s'il y en a qui distribuent seulement certaines émissions?

Mr. Delaney: It varies.

Mr. Kirouac: The affiliates have the option of not distributing certain programs we call non-network programs.

In fact, this year, all our prime-time programs will be carried by all of our affiliates. This is the first time we have had such an arrangement, and is a sign that Radio-Canada programming is perfectly suited to the needs of the affiliates. It bears mentioning that many of these programs, have commercial messages that are sold by the affiliates.

[Text]

Mr. Gormley: So does the equation differ then depending on the total hours they carry of CBC-related programming?

M. Kirouac: Oui.

Mr. Gormley: When one views the question of affiliates, in an area where you do not have a station of your own would Radio-Canada consider an agreement with a new private station as an affiliate? I am thinking now in terms of future planning. Are these things you are looking at, bringing on new affiliates?

M. Delaney: Ces dernières années, on a plutôt connu le problème inverse. Radio-Canada a dû se porter acquéreur de stations privées qui étaient déjà affiliées. On nous demande souvent si on aimerait avoir plus d'affiliés alors que le mouvement naturel est plutôt inverse. Les deux dernières stations affiliées que nous avons dû acquérir sont celle de Matane, en Gaspésie, et celle de Rimouski. Je dirais donc, monsieur Gormley, qu'on constate plutôt le phénomène inverse.

• 0955

Mr. Gormley: Have you had people ask you about becoming an affiliate?

M. Delaney: Pas à ma connaissance, monsieur Gormley.

Mme Finestone: Bonjour, monsieur Delaney et compagnie. Il nous fait grand plaisir de voir parmi vous une répartition équitable!

M. Delaney: Madame Finestone, bien qu'on soit heureux de rencontrer M. Toupin, je suis peiné de ne pas revoir M^{me} McDonald qui aurait pu constater les progrès que nous faisons.

Mme Finestone: Ne vous inquiétez pas, elle sera de retour ce midi. Je l'éclairerai en long et large sur ce qui s'est passé sur la scène.

Pour continuer dans le même sens que les questions de M. Gormley, à Jonquière il y a un petit problème. Un poste affilié voudrait que vous produisiez durant la période réservée à la section régionale, cette nouvelle partie du temps à l'antenne; et, à une autre partie du temps il voudrait que vous utilisiez son personnel et son équipement. Ce qui semble être une très bonne idée puisqu'il est sur place. Mais, l'autre station—je ne sais pas si c'était Quatre Saisons ou TVA—n'a pas l'air de bonne humeur. Si votre formule laisse à votre affilié la liberté de décision du pourcentage d'utilisation des vos services, comment entrer dans une négociation qui ne bousculera pas trop le secteur privé et qui répondra aux besoins de votre station affiliée?

M. Delaney: Madame Finestone, c'est une question que M. Blackburn a soulevée à plusieurs reprises à la Société Radio-Canada.

Mon premier commentaire serait d'abord d'établir aussi clairement que possible les responsabilités de Radio-Canada et de notre station affiliée. En matière de programmation locale, notre station affiliée détient une

[Translation]

M. Gormley: L'équation varie donc selon le nombre total d'heures de diffusion des émissions de Radio-Canada par les stations affiliées?

Mr. Kirouac: Yes.

M. Gormley: En ce qui concerne les stations affiliées, là où Radio-Canada n'a pas de station propre, envisage-t-elle la conclusion d'une entente avec une nouvelle station privée en vue d'en faire une affiliée? Je veux dire même au niveau de la planification. Envisagez-vous cette possibilité?

Mr. Delaney: In the last few years, it has been more the other way around. Radio-Canada has had to buy out private stations which were already affiliates. We are often asked if we would like more affiliates, but the truth is the pattern is the other way around. The latest affiliates that we have had to buy out are those in Matane, the Gaspé Peninsula and Rimouski. So, I would say it is actually the reverse, Mr. Gormley.

M. Gormley: Y a-t-il des gens qui se sont informés de la possibilité de devenir une station affiliée?

Mr. Delaney: Not to my knowledge, Mr. Gormley.

Mrs. Finestone: Good morning, Mr. Delaney and friends. We are very pleased to see such an even mix among you!

Mr. Delaney: Although we are happy to meet Mr. Toupin, I am sad to note Ms McDonald's absence, because she would have been able to see how much progress we have made.

Mrs. Finestone: Do not worry, she will be back at noon. I will explain everything that happened today in detail to her.

To continue in the same vein as Mr. Gormley, there is a bit of a problem in Jonquière. An affiliate station in that area would like you to produce programs for the period reserved for regional broadcasts, which is a new period of on-air time; and, for some other programming, it wants you to use its own staff and equipment. That seems to be an excellent idea, since everything is on site. But the other station—I do not know if it is Quatre Saisons or TVA—does not seem to be taking it so well. If the formula you have adopted gives your affiliates the freedom to decide on the percentage of use of your services, how is it possible to negotiate a deal that will not unduly upset the private sector and that will answer the needs of your affiliate station?

Mr. Delaney: Mrs. Finestone, that is a question that Mr. Blackburn has raised several times with Radio-Canada.

First of all, I would like to explain as clearly as possible Radio-Canada's responsibilities and those of its affiliates. For local programming, our affiliate holds a CRTC licence which specifies that local news is the responsibility

[Texte]

licence du CRTC où il est clairement établi que l'information locale relève de la station affiliée locale et non de la Société Radio-Canada. Il y a une station affiliée dans la région de Chicoutimi—Jonquière pour donner un service local. Si ce n'était pas la raison, on n'aurait pas besoin d'une station locale; on aurait tout simplement une station répéitrice de notre réseau. Le but principal, pour ne pas dire l'unique but de notre station affiliée, est de donner un service d'informations locales.

Puisque la question a été soulevée à plusieurs reprises, j'ai été revoir le dossier de CKRS-TV, la Télévision Jonquière.

Mme Finestone: Ah bon!

M. Delaney: À la suite de la dernière comparution de cette station devant le CRTC, au mois de décembre 1975, la décision du CRTC renouvelait la licence de radio à Radio-Saguenay, le 12 mars 1976. Le titulaire de cette station a souligné, à ce moment, l'augmentation importante des effectifs de la salle des nouvelles de CKRS-Télévision. On s'attend à ce que le titulaire poursuive ses efforts en vue d'améliorer ses émissions d'informations locales et régionales.

• 1000

Dans les décisions subséquentes pour le renouvellement de la licence, dont l'une au mois de novembre 1980, qui avait été renouvelée en 1976, le Conseil répète de nouveau, et je cite:

Le Conseil s'attend à ce que le titulaire accorde une attention spéciale à la qualité de l'information locale et régionale.

C'était en 1980. Par contre, le 15 juillet 1985, lors du dernier renouvellement de cette licence, je cite la décision du Conseil qui dit:

Un relevé du registre des émissions de CKRS Télévision de la fin d'avril 1985 indiquait que la titulaire se conformait de façon substantielle à la promesse de réalisation présentement autorisée.

Le Conseil note que la nouvelle proposition de la titulaire est à toutes fins pratiques identique à la promesse actuelle, tant du côté quantitatif que du contenu, avec un engagement de 7 heures 22 minutes par semaine de productions locales.

Tout ceci pour vous dire que, finalement, la responsabilité de l'information locale et régionale est carrément entre les mains de Radio-Saguenay, comme en font foi les nombreuses décisions du CRTC à cet égard.

D'autre part, je dois vous dire que là où nous avons constaté une lacune importante dans la région de Jonquière-Chicoutimi, c'est au niveau de l'information, de type national, en direction du réseau pour l'information nationale, par opposition à l'information locale et régionale. Et à cet égard, nous avons récemment pris des dispositions pour corriger cette lacune. Je demanderai à M. O'Neil de vous faire état de ce que nous avons à faire dans ce domaine.

[Traduction]

of the local affiliate station and not that of Radio-Canada. There is an affiliate station in the Chicoutimi—Jonquière area to provide local service. If that were not the case, there would be no need for a local station: we would simply need a station to rebroadcast programming throughout the network. The main purpose—if not the sole purpose—of an affiliate is to provide local news service.

Since the matter has been raised several times, I actually checked the file of CKRS-TV, the station in Jonquière.

Mrs. Finestone: I see!

Mr. Delaney: Following that station's last appearance before the CRTC, in December of 1975, the CRTC decided to renew the radio broadcasting licence of Radio-Saguenay on March 12, 1976. That station's licence-holder pointed out the greatly increased staff in the newsroom of CKRS-Television. We expect him to continue to work towards improving that station's local and regional news programs.

In subsequent decisions concerning licence renewal, including one handed down in November 1980, in relation to a station whose licence had previously been renewed in 1976, the Commission states once more, and I quote:

The Commission expects the licensee to pay special attention to the quality of local and regional news.

That was in 1980. However, on July 15, 1985, at the last licence-renewal hearing, the Commission, in its decision, stated:

A copy of the program register of CKRS Television for the end of April, 1985 revealed that the licensee was substantially fulfilling his promise of performance.

The Commission notes that the new proposal submitted by the licensee is, for all intents and purposes, identical to the current promise of performance, both in terms of quantity and content, with a commitment of 7 hours and 22 minutes per week of local productions.

It all boils down to this: Radio-Saguenay is ultimately responsible for local and regional news, as indicated by the numerous CRTC decisions on this matter.

Moreover, it would seem that the biggest problem in the Jonquière-Chicoutimi region is in the area of national news items, in other words news sent from the regions to the Network for national news broadcasts, and not local and regional news itself. In that regard, we have recently taken steps to correct the situation. I will ask Mr. O'Neil to explain to you what needs to be done in this area.

[Text]

Mme Finestone: Monsieur Delaney, une précision avant que M. O'Neil prenne la parole. Est-ce dû au fait que cet élément était revenu sur la sellette pendant notre présence à Chicoutimi et au Lac Saint-Jean que vous êtes si bien préparé dans vos réponses? Cela veut dire que vous avez suivi de près ce que le Comité a fait. Merci.

M. Delaney: Je ne voudrais pas enlever le mérite au Comité, loin de là. Cela fait partie de la révision continue de nos opérations à travers le pays.

Mme Finestone: Très bien. Ce sont vos responsabilités, d'ailleurs.

M. Delaney: Voilà.

Mrs. Finestone: In the meantime, I did not get any of my questions answered that I—

M. Pierre O'Neil (directeur général des programmes (information), Société Radio-Canada—Télévision, réseau français): Oui, madame, il y a plus d'un an, je crois, nous discutons de toutes ces questions avec les affiliés, avec notre poste de radio CBJ à Chicoutimi et avec un certain nombre d'interlocuteurs.

Comme vous le savez, nous subissons beaucoup de pressions des milieux journalistiques et socio-culturels pour être davantage présent dans les régions québécoises. Le rapport Sauvageau-Caplan y faisait allusion également. Nous avons fait un effort récemment en radio: nous diffusons, vers l'Estrie et la Mauricie, des bulletins qui leur sont destinés expressément. Nous venons de prendre la décision d'installer, au début de 1988, un correspondant national à Chicoutimi, dans un bassin de population francophone qui est très important. Nous comptons l'installer au début de 1988. Il sera là comme correspondant national pour apporter à l'ensemble du réseau des nouvelles de ce bassin de population francophone où il y a une effervescence politique, sociale, et économique considérable. Ce correspondant manquait au réseau.

Mme Finestone: Quand vous parlez du national, parlez-vous du Québec, ou si vous voulez dire national sur le plan national canadien? Il sera votre correspondant bilingue?

M. P. O'Neil: Oui. Je ne sais pas s'il est bilingue. Il travaillera principalement pour nous; il rendra peut-être occasionnellement des services à nos collègues anglais, mais ce sera un commentateur national, au même titre que celui que nous avons à Vancouver, à Halifax, à Toronto, etc.

Mme Finestone: Je trouve votre démarche assez intéressante. Pouvez-vous m'expliquer concrètement le degré d'autonomie dont doit jouir le réseau français de Radio-Canada? Cette autonomie doit-elle augmenter? Est-elle efficace? Avez-vous les moyens, sur le plan de décision, le besoin en personnel, les besoins financiers? Avez-vous assez d'autonomie?

[Translation]

Mrs. Finestone: A point of clarification, Mr. Delaney, before Mr. O'Neil responds. Is the fact that this problem was in the spotlight when we were in the Chicoutimi and Lac Saint-Jean areas the reason why your answers are so well prepared? It means that you have been closely following the committee's work. Thank you.

Mr. Delaney: Far be it from me to take anything away from the committee. But this is part of a continuous review of our operations throughout the country.

Mrs. Finestone: Very well. In any case, it is your responsibility.

Mr. Delaney: Exactly.

Mme Finestone: Entre-temps, je n'ai pas obtenu de réponse à mes questions. . .

Mr. Pierre O'Neil (Director General of News Programming, French-language Television, Canadian Broadcasting Corporation): Yes. I would say that we have been discussing these matters for over a year now with our affiliates, with CBJ Radio in Chicoutimi and with certain other parties.

As you probably know, we are under great pressure in journalistic and socio-cultural circles to achieve a greater presence in the regions. The Caplan-Sauvageau report also mentioned this. We recently made the effort in radio: we have newscasts specifically aimed at viewers in the Eastern Townships and the Mauricie area. Moreover, we have recently decided to give Chicoutimi a national correspondent starting in 1988, since it has a significant francophone population. This new national correspondent is expected to take up his duties in early 1988, and will provide the network with news of a region where there is a dynamic political, social and economic life. It was something the network really needed.

Mrs. Finestone: When you speak of national news, are you talking about Quebec or Canadian national news? Will this be a bilingual correspondent?

Mr. P. O'Neil: Yes. I do not know if he is bilingual. He will work mainly for us; perhaps, on occasion, he will also work for the English-language network; but he will certainly be a national commentator, just like those in Vancouver, Halifax, Toronto, and elsewhere.

Mrs. Finestone: I find your approach rather interesting. Can you explain to me just exactly how independent Radio-Canada should be? Should it be even more independent? And is it effective? Are you able to make decisions on staffing needs, financial needs? Are you sufficiently independent?

• 1005

Monsieur Delaney, êtes-vous chargé du réseau français?

Mr. Delaney, are you in charge of the French-language network?

[Texte]

M. Delaney: Oui, madame.

Mme Finestone: Vous êtes complètement autonome, sauf que vous avez à en répondre devant le conseil de direction.

M. Delaney: Oui, madame. Mais il y a différents degrés d'autonomie.

Mme Finestone: Un moment s'il vous plaît. Quand je vous pose cette question, j'y inclut les effectifs et tout le reste.

I want to know if you have responsibility, Mr. Delaney, in both horizontal and vertical. Does that mean that you have your decisions that are financial, your decisions that relate to personnel distribution, your decisions that relate to in-housekeeping, maintenance, development, and growth? To what degree is there a separation of responsibility between the French and English sectors? Is it enough? Do we need more? Should the control centre remain Ottawa, with the French sector in Montreal and the English sector in Toronto? What is your view, and how is it functioning to date for the French sector?

M. Delaney: Je répondrai de la façon la plus complète possible à votre question. Mais avant, pour la décision dont on vient de parler, la nomination d'un «reporter» à Chicoutimi, je vais demander à M. O'Neil de vous apporter des précisions.

M. P. O'Neil: Vous avez demandé si nous étions maîtres de nos ressources.

Mme Finestone: Maîtres chez nous!

M. P. O'Neil: Oui, monsieur Delaney y répondra. Je dois dire qu'au Service de l'information nous sommes relativement autonome. Mais nous avons des difficultés. La seule façon dont nous pouvons procéder, pour nantir Chicoutimi d'un correspondant, sera d'en prendre un à Edmonton.

Nous avons, à Edmonton, une station régionale de télévision et de radio; nous n'avons pas de télévision à Chicoutimi. Nous avons dans cette salle d'Edmonton, je crois, une douzaine de journalistes. Nous n'en avons pas, évidemment, en télévision à Chicoutimi. Nous avons aussi une correspondante nationale à la radio d'Edmonton, qui nous rend de grands services, Hélène Marayana. Nous allons déplacer notre correspondant, Louis Lemieux, d'Edmonton à Chicoutimi et nous allons nous efforcer de satisfaire au manque à gagner de trois façons. Nous allons essayer d'utiliser davantage les ressources de la salle de nouvelles d'Edmonton; en cas de crise, nous allons certainement vouloir faire appel à la collaboration en télévision d'Hélène Marayana qui est correspondante radio; et nous avons, au surplus, dans les budgets du *Le Téléjournal*, un budget que nous disons d'itinérance, c'est-à-dire un budget qui nous permet spécifiquement de dépêcher des «reporters» sur des scènes canadiennes où il y a de gros coups.

Par conséquent, nous allons essayer de trouver le bon équilibre entre ces trois solutions pour délaissier le moins

[Traduction]

Mr. Delaney: Yes, Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: You are totally independent, except that you have to answer to the Board of Directors.

Mr. Delaney: Yes. But there are different degrees of independence.

Mrs. Finestone: Just a second. My question included staff and all the rest.

Ce que je veux savoir, monsieur Delaney, c'est si votre responsabilité est à la fois horizontale et verticale. Pouvez-vous prendre des décisions sur le plan financier, sur la répartition du personnel, les questions internes, l'entretien, le développement et la croissance? Dans quelle mesure y a-t-il une distinction entre les responsabilités des secteurs français et anglais? Est-elle suffisante? Devrait-il y en avoir plus? Le centre de contrôle doit-il demeurer à Ottawa, avec le secteur français à Montréal et le secteur anglais à Toronto? Quel est votre avis à ce sujet et pensez-vous que le système a bien fonctionné jusqu'ici dans le secteur français?

Mr. Delaney: I will answer your question as thoroughly as possible. But first, about the decision I just mentioned concerning a correspondent for Chicoutimi, I will ask Mr. O'Neil to provide further clarification.

Mr. P. O'Neil: You wanted to know if we are in charge of our own resources.

Mrs. Finestone: Kings in your own castle!

Mr. P. O'Neil: Yes, Mr. Delaney will answer that. I must say that in the News Department, we are relatively independent. But we do have problems. The only way we can give Chicoutimi a correspondent is to take one away from Edmonton.

In Edmonton, we have a regional television and radio station; there is no television station in Chicoutimi. In the Edmonton newsroom, I believe we have a dozen reporters. For obvious reasons, there are no television reporters in Chicoutimi. We also have a national radio correspondent in Edmonton, Hélène Marayana, who does great things for us. Louis Lemieux, our Edmonton correspondent, will now be sent to Chicoutimi while we try to fill the gap in three different ways. We will try to make increased use of our newsroom staff in Edmonton; in an emergency, we will certainly want to use Hélène Marayana, our radio correspondent, in television; also, included in our *Téléjournal* budget is a travel budget which is used specifically to send reporters to different regions of Canada where major events occur.

We will therefore have to strike a balance between these three solutions in order to avoid neglecting

[Text]

possible la région d'Edmonton en faisant ce que nous faisons à Chicoutimi. Evidemment, nous attendrons, pour quitter Edmonton, que les Jeux olympiques soient terminés. Je dis au début de 1988; mais, nous allons essayer de rester là jusqu'à la fin des Jeux olympiques.

D'autre part, quatrième voie de solution: nous avons un correspondant à Winnipeg, qui couvre le Manitoba et la Saskatchewan. Je comprends qu'il ne suffit pas, il en faudrait davantage. Mais, nous allons aussi essayer d'utiliser Georges Tremel qui est à Vancouver pour lui faire sauter les Rocheuses de temps à autre. Il paraît que les mentalités sont telles entre les deux régions qu'il pourra être extrêmement utile.

Mme Finestone: Du côté français?

M. P. O'Neil: Du côté français, oui.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Delaney, distingués représentants de Radio-Canada, je suis heureux d'apprendre qu'à compter de janvier prochain, l'important bassin du Saguenay—Lac-Saint-Jean, de l'ordre de 300,000 personnes, va enfin bénéficier d'un service additionnel du réseau d'État de Radio-Canada par cet approche du correspondant. Je pense qu'il est important de préciser aux membres du Comité dans quel contexte Radio-Canada en arrive aujourd'hui à cette décision. Vous savez que notre région, depuis longtemps, demandait les services intégraux de Radio-Canada.

• 1010

Vous vous rappelez, monsieur Delaney, les discussions que nous avons eues avec M^{me} Marie Poulin, M. Pierre Juneau, d'autres de vos collègues, M. O'Neil et autres, à savoir que lorsqu'on analysait cette éventualité, elle était très coûteuse. La solution aurait peut-être été l'achat de la station CKRS, la station locale affiliée. On s'interrogeait pour savoir si on faisait un bon coup pour notre région et, en fait, pour l'ensemble de la communauté du Saguenay—Lac-Saint-Jean.

Ensuite, nous avons évalué la question d'un bulletin d'informations régional de Radio-Canada qui avait un but bien précis. Lorsqu'il y avait de l'information d'intérêt national dans notre région, elle pourrait être transmise sur le réseau national. Nous n'avions pas cette alternative. La solution d'un correspondant, ce n'est pas le bulletin régional de Radio-Canada, mais je trouve que c'est un volet extrêmement intéressant. Et je suis convaincu que la population du Saguenay—Lac-Saint-Jean est heureuse d'apprendre qu'à compter de janvier prochain elle bénéficiera de ce nouveau service.

Pour notre région, c'est un développement significatif en termes de visibilité. Je tiens à vous dire que je suis convaincu que les gens vont apprécier ce que vous offrirez à compter de janvier prochain. C'est ainsi. On travaille un dossier et on finit par trouver certaines solutions qui ne sont peut-être pas celles que nous souhaitions au départ, mais qui, tout de même, s'avèrent intéressantes.

Mais, il reste quand même d'autres lacunes au réseau de Radio-Canada. Je voudrais vous parler de celles qui

[Translation]

Edmonton while carrying out our plans for Chicoutimi. Of course, we will only take our correspondent out of Edmonton after the Olympics. I said it would be in early 1988, but we will try to stay there until the end of the Games.

There is also a fourth solution; we have a correspondent in Winnipeg, who covers Manitoba and Saskatchewan. I understand that he cannot handle the load by himself; he needs help. But there is also Georges Tremel, who is in Vancouver, and who could cross the Rockies once in a while. It seems that the mentalities of the two regions are such that he could be extremely useful.

Mrs. Finestone: You mean on the French side?

Mr. P. O'Neil: Yes, on the French side.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Delaney, distinguished representatives of CBC, I am delighted to hear that as of next January, the large Saguenay—Lac-Saint-Jean area, with some 300,000 people, will finally receive additional services from *Radio-Canada*, through this new correspondent. I believe it is important to explain to members of the committee the context in which the CBC arrived at this decision. You know that for a long time, our area has been requesting all of Radio-Canada's services.

Mr. Delaney, you may remember discussions we had with Mrs. Marie Poulin, Mr. Pierre Juneau and other co-workers of yours, among them Mr. O'Neil, about the fact that this option was very costly. Perhaps the solution would have been to purchase CKRS, the local affiliate. We were wondering whether that was actually a good deal for our area and, in fact, for the entire Saguenay—Lac-Saint-Jean community.

Afterwards, we evaluated the possibility of a regional Radio-Canada news bulletin having a specific goal. Whenever events of national interest occurred in our area, they could be covered on the national network. We had not had such a possibility before. The correspondent solution is quite different, but I think it is a rather interesting turn of events. I am sure that the people of the Saguenay—Lac-Saint-Jean region will be very happy to learn that as of next January, they will have this new service.

It is a significant development for our region in terms of visibility. I can tell you without a doubt that people will appreciate the service you intend to provide them with as of next January. That is how things happen. You work at something until you find solutions which, even though they are not what you were hoping for in the beginning, are attractive all the same.

However, there are still other shortcomings in Radio-Canada's Service. I would like to discuss those that were

[Texte]

nous étaient transmises hier par le cartel inter-syndical. Il disait que, pour la production d'émissions francophones, les budgets étaient nettement moindres et allaient en régression. Ils les comparaient sur une base d'une heure. Ils prenaient les budgets de 1979 et ceux de 1984 et comparaient les productions francophones aux productions anglophones. Nous avons régressé et, en ce qui concerne les émissions anglaises, elles avaient augmenté pratiquement du double.

Confirmez-vous ces faits. Si oui, quels sont vos commentaires? Je veux connaître votre vision?

M. Delaney: Oui. Une petite précision, monsieur Blackburn. Nous avons dit que le correspondant serait à Chicoutimi au début de l'année; en fait, ce sera le 1^{er} mars 1988. Vous aurez donc à attendre quelques mois. Mais, vous attendez depuis tellement longtemps que vous ne nous en voudrez pas d'attendre quelques mois de plus.

Les raisons pour lesquelles nous avons fait cette nomination ont été expliquées par M. O'Neil. C'est un bassin de population important et il s'y passe beaucoup de choses. Il est de notre devoir, au fur et à mesure des changements économiques et sociologiques à travers le pays, de déployer nos ressources pour satisfaire ce genre de besoins.

Sur la question importante de l'attribution des réseaux entre les services anglophones et francophones au Canada, ce sont des points sur lesquels on fait très souvent des comparaisons. Je crois qu'il faut distinguer deux choses. D'abord, l'attribution des budgets au Canada sur une base per capita; c'est une façon de faire un calcul dans l'attribution des budgets. Et aussi, il faut le faire sur la base des heures de production. Je crois, si on fait un calcul de l'attribution des budgets sur une base per capita, qu'il y a assez de justice dans l'attribution de ces budgets. Comme de raison, les francophones étant moins nombreux, le budget per capita est quand même très acceptable.

• 1015

C'est également vrai pour tous les groupes moins nombreux, comme les gens des Maritimes, car ça nous coûte très cher par tête à leur offrir des services qu'ils soient anglophones ou francophones dans ce cas-là, ou ceux des Prairies, ou encore les collectivités du Grand-Nord. Lorsqu'on voit les budgets qui sont accordés pour chacun de ces services, vous allez voir que le coût par tête est très élevé.

D'autre part, pour une émission de réseau, qu'elle soit anglophone ou francophone, qu'elle soit produite en français ou en anglais, il y a là des coûts absolus d'émission, et il est clair que les programmes français disposent de budgets moins élevés que les programmes anglais. Ce serait se servir d'un vieux cliché que de dire qu'il en coûte aussi cher pour produire une oeuvre dramatique de Racine qu'une oeuvre dramatique de Shakespeare. Cependant, il faut constater partout dans le monde, que plus une population est numériquement

[Traduction]

mentioned to us yesterday by the *cartel inter-syndical*. They were saying that for French-language productions, the budgets were considerably lower and were decreasing steadily. The comparison was based on a one hour program. The group used 1979 and 1984 budgets to compare English and French productions. In the latter case, there had been a decline, whereas English productions had increased to the point that they had almost doubled.

Can you confirm this? If you can, do you have any comments to make? I want to know your views on this.

Mr. Delaney: Yes. But first let me set you straight on something. We said that the correspondent would be in Chicoutimi in early 1988; in fact, he will be there on March 1, 1988. Therefore, you will have to wait a few months. But, you have been waiting so long, you should not mind waiting a few months more.

Mr. O'Neil has already explained to you the reasons for our decision. That region has a significant population and there is a lot happening there. As economic and sociological changes occur throughout the country, it is our duty to make the best possible use of our resources to answer the growing needs.

As for the major question of budget distribution between English-and French-language services in Canada, those are points on which comparisons are very often made. I think it important to understand two things. First, budgets in Canada are calculated on a per capita basis; that is one way of doing things. Moreover, it must be done on the basis of hours of production. If budgets are calculated on a per capita basis, I would say that they are rather fair. Of course, there are fewer Francophones than there are Anglophones, but the per capita budget is nevertheless quite adequate.

It is also true for all the smaller groups, like people in the Maritimes, because it costs us a great deal per capita to provide them with services, whether they are anglophones or francophones or people in the prairies or in far northern communities. If you look at the budgets for each of those services, you will see that the cost per capita is very high.

Also, for an English or French network program, whether it is produced in English or in French, there are built-in costs, and clearly French programs have smaller budgets than English programs. It is an old cliché to say that it costs as much to produce a play by Racine as it does one by Shakespeare. However, throughout the world, one finds that the larger a population, the larger its television budgets.

[Text]

importante, plus les budgets télévisuels qu'on consacre à cette population seront importants.

The Journal, du côté anglophone, qui coûte 2,000\$ la minute, par exemple, est une excellente émission au Canada, et probablement une des meilleures émissions du côté anglophone, une des meilleures émissions même en Amérique du Nord, mais c'est un budget minime par rapport à 10,000\$ la minute pour l'émission *60 Minutes* du côté américain. Il y a le bassin américain qui est très large, qui peut se permettre de payer 10,000\$ la minute pour l'émission *60 Minutes*. *The Journal*, c'est 2,000\$. *Le point*, et on est d'accord pour dire que ce n'est pas suffisant, se situe à environ 1,000\$ la minute. Ce n'est évidemment pas suffisant. Mais le problème que nous avons avec certaines déclarations parfois, c'est que l'on suggère implicitement qu'il faudrait réduire les budgets des services anglophones pour financer les services francophones. D'abord, pour les anglophones, le budget est déjà insuffisant; et ce dont nous avons besoin, c'est d'une augmentation budgétaire des deux côtés, tant du côté anglophone que du côté francophone, mais peut-être plus élevée du côté francophone.

M. Blackburn (Jonquière): Mais, monsieur Delaney, il y a tout de même quelque chose que je m'explique mal. Ceux qui travaillent au bulletin d'informations au réseau français et au réseau anglais gagnent-ils les mêmes salaires?

M. Delaney: Oui.

M. Blackburn (Jonquière): Tout le personnel qui travaille dans une place où l'autre gagne le même salaire? Pourquoi y a-t-il une différence sur le contenu? Or, le budget est moindre pour produire une émission française qu'une émission anglaise. Il y a quelque chose à l'autre bout qui se perd pour le consommateur! Est-ce qu'on y perd en qualité, nous les francophones?

M. Delaney: Je vais demander à M. O'Neil de vous donner d'autres renseignements.

M. P. O'Neil: C'est très court. Je vais procéder un peu par l'absurde, en suivant jusqu'au bout votre logique. Ce que M. Delaney est en train de vous dire, c'est qu'il nous faudrait autant d'argent pour faire *Le Téléjournal* que pour faire *CBS News*. On pourrait pousser la logique jusque-là. Vous nous dites qu'il nous faudrait autant d'argent ou qu'on mériterait autant d'argent que le réseau anglais. Je suis tout à fait d'accord; je suis acheteur de cette idée! Mais le réseau anglais, qui est en concurrence beaucoup plus vive avec les réseaux américains et qui perd de ses vedettes dans ces réseaux américains, renchérirait en disant: «nous, pour concurrencer les réseaux américains qui pénètrent largement au Canada, nous aurions besoin pour faire *The National* de la même somme d'argent que *CBS News*». Or, personne ne peut se payer ce luxe au Canada.

• 1020

J'essaie d'illustrer cela en poussant votre logique au maximum. Per capita, M. Delaney a raison de dire que la répartition des budgets est à peu près équitable. C'est vrai

[Translation]

The Journal on the English side, which costs \$2,000 a minute, for example, is an excellent program in Canada and probably one of the best English-language programs, even one of the best programs in North America, but its budget is very small compared to the \$10,000 a minute for *60 Minutes* in the United States. The U.S. population is very large and can afford to pay \$10,000 a minute for *60 Minutes*. For *The Journal*, it is \$2,000. For *Le point*, it is around \$1,000 a minute, and we agree that is not enough. Obviously it is insufficient. But the problem we have is that some people seem to imply that the English-language service budgets should be reduced to finance the French-language service. First of all, the budget is already too small for the English side and what we need is a budget increase for both sides, English and French, but perhaps more on the French side.

Mr. Blackburn (Jonquière): But, Mr. Delaney, there is still something I have trouble with. Do those who work on the news at the French and English networks earn the same salaries?

Mr. Delaney: Yes.

Mr. Blackburn (Jonquière): All staff, wherever they work, earn the same salary? Why is there a difference in content? The budget for a French show is less than for an English one. The consumer is the one who loses in the exchange! Are we francophones losing out on quality?

Mr. Delaney: I will ask Mr. O'Neil to give you more information.

Mr. P. O'Neil: I will be very brief. I will take your reasoning to rather absurd lengths. What Mr. Delaney is telling you is that we need as much money to make *Le Téléjournal* as *CBS News*. We could go that far. You are telling us that we need as much money or that we deserve as much money as the English network. I completely agree, I buy that idea! But the English network, which competes much more with the American networks and loses some of its stars to them, would go one better and say, "To compete with the American networks that are widely available in Canada, we would need the same budget as *CBS News* to make *The National*." Now no one in Canada can afford this luxury.

I am trying to illustrate this by taking your reasoning to an extreme. Mr. Delaney is right in saying that the distribution of budgets on a per capita basis is pretty fair.

[Texte]

qu'il y a une déperdition en matière de qualité, mais nous vivons dans les milieux avec les ressources que nous avons, avec les moyens que nous avons.

M. Blackburn (Jonquière): Mais en clair, c'est bien cela, lorsqu'on parle d'une émission française il y a moins d'argent et cela se traduit à l'autre bout par une perte en matière de qualité. À deux émissions égales, si on parle d'un bulletin d'informations pour le réseau anglais et pour le réseau français, si c'est une heure d'émission, nous, nous y perdons en termes de qualité à ce moment-là.

M. P. O'Neil: Il se peut qu'il y ait une déperdition en matière de qualité, mais ce n'est pas toujours le cas. Si vous regardez les grandes oeuvres dramatiques, si vous regardez certaines éditions comme *Le Point*, tout cela est de bonne qualité.

Je vous donne un exemple. Notre correspondant à Pékin se partage, le pauvre type, entre quatre réseaux: la télé de langue anglaise, la télé de langue française, la radio de langue anglaise et la radio de langue française. Notre direction de l'information a un certain nombre de problèmes quant à l'utilisation de ce correspondant à Pékin. Pourquoi? Parce que nous, du réseau français, nous concevons la couverture de la Chine comme étant importante et nous planifions des sorties de ce correspondant soit au Tibet, soit aux Philippines, soit ailleurs, trois, quatre ou cinq fois par année. Nos budgets nous permettent de le faire. Les réseaux anglais qui sont en concurrence avec les réseaux américains qui ont plein de correspondants partout en Asie sont tentés de le faire sortir à tout moment pour aller aux Philippines, à Singapour, au Tibet, en Corée, etc., etc. Et nous avons de la difficulté à les suivre. Quand nous ne les suivons pas, nous perdons notre correspondant pour une semaine ou deux.

Je ne fais pas le procès des Anglais. J'essaie d'illustrer le problème budgétaire. Nous pouvons, dans le cadre de nos budgets, faire des choix de qualité. Nous pouvons le faire et nous y arrivons. Cela me paraît évident.

M. Blackburn (Jonquière): Est-ce qu'il arrive que le choix en matière de qualité est avantageux pour les francophones ou l'inverse? Est-ce qu'il arrive que l'émission coûte plus cher à mettre en ondes lorsqu'il s'agit d'une émission francophone ou d'une émission anglophone?

M. P. O'Neil: Peut-être. Je n'ai pas d'exemple à l'esprit. En télévision générale, quand il s'agit de grandes oeuvres dramatiques peut-être est-ce le cas. Je n'en sais rien.

M. Delaney: Cela arrive à l'occasion, mais pas très souvent.

M. Blackburn (Jonquière): Merci.

M. Toupin: Merci, monsieur le président. Bonjour monsieur Delaney, mesdames, messieurs.

Croyez-vous, monsieur Delaney, que les compressions budgétaires que vous subissez mettent en danger le rôle

[Traduction]

It is true that there is some loss in quality, but we live with the resources we have and the means at our disposal.

Mr. Blackburn (Jonquière): But clearly, for a French program, there is less money and this results in a loss of quality. For two equal programs, a one-hour newscast on the English network and one on the French network, we lose out in terms of quality.

Mr. P. O'Neil: There may be some loss in quality, but this is not always the case. Some of our major dramatic productions or programs like *Le Point*, are all of good quality.

I shall give you an example. Our Peking correspondent, poor fellow, divides his time among four networks: English-language TV, French language TV, English language radio and French-language radio. Our news management has some problems using this Peking correspondent. Why? Because we at the French network consider Chinese coverage important and we plan three, four or five trips a year for this correspondent to Tibet, the Philippines and other places. We can afford to on our budget. The English networks that compete with the American ones, which have lots of correspondents throughout Asia, are tempted to send him at any time to the Philippines, Singapore, Tibet, Korea, et cetera, et cetera. And we have trouble keeping up with them. When we do not keep up, we lose our correspondent for a week or two.

I am not blaming the English. I am trying to illustrate the budget problem. Within our budgets, we can make choices about quality. We can and we do. That seems obvious to me.

Mr. Blackburn (Jonquière): Does it happen that making such choices works to the advantage of francophones or is it the other way around? Does it happen that a French program costs more to air than an English one?

Mr. P. O'Neil: Maybe. I do not have any examples in mind. For television in general, major dramatic productions, that may be the case. I do not know.

Mr. Delaney: It happens occasionally, but not very often.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you.

Mr. Toupin: Thank you, Mr. Chairman. Good morning, Mr. Delaney, ladies, gentlemen.

Mr. Delaney, do you believe that the budget cuts endanger the important role that *Radio-Canada* plays in

[Text]

important que joue Radio-Canada pour le maintien, ou encore la promotion de la culture française au Québec et ailleurs au Canada?

M. Delaney: C'est là évidemment une question d'appréciation. Tout ce que je peux vous dire, en me basant sur les témoignages que nous recevons tant à l'extérieur qu'à l'intérieur du Québec, au plan de notre mission et dans le cadre de notre mandat, nous vivons très dangereusement. Je serais plus porté à vous dire oui que non, car finalement, le mandat lui-même crée des attentes au sein de la population. Celle-ci s'attend à recevoir tel ou tel genre de service, avec tel ou tel genre de qualité et lorsque, petit à petit, d'une façon au départ imperceptible, mais au fil des années certaine car on ne retrouve plus cette qualité ou ce service à cause de la diminution des budgets, il est évident que pour ces gens-là, dis-je, et c'est aussi le point de vue des milieux culturels—vous les avez entendus hier—notre mission est carrément mise en danger.

• 1025

M. Toupin: Merci. J'aurais une autre question qui est la suite logique de celle-là. Je ne vous la poserai pas pour éviter de vous mettre, peut-être, dans une situation embarrassante. Je vais simplement la traduire sous forme de commentaire très bref.

Certaines personnes vont peut-être en déduire que l'énoncé de principes que nous retrouvons au plan de l'Accord du lac Meech, et qui prône le maintien ou encore la promotion de la langue française, peut au niveau de la pratique, en ce qui concerne Radio-Canada—télévision française, être contredit. Je ne vous demanderai pas de faire de commentaires à cet effet, mais je vais plutôt vous poser une deuxième question.

Pouvez-vous nous expliquer de façon synthétique, de façon surtout concrète, quel est le degré d'autonomie que joue vraiment le réseau français de Radio-Canada?

M. Delaney: Je suis content que vous reposiez cette question, parce que je n'ai pas eu l'occasion, tantôt, de répondre à M^{me} Finestone sur le même sujet.

Je dois vous dire d'abord que tous les services de Radio-Canada, qu'ils soient anglophones, francophones ou de toute nature que ce soit, sont soumis, comme il se doit, à l'autorité du conseil d'administration de la Société Radio-Canada. Cela, c'est notre conseil d'administration d'abord qui, légalement, constitue la Société Radio-Canada.

Ceci étant dit, je dois vous dire qu'aujourd'hui comme autrefois d'ailleurs, ou depuis très longtemps, en tout cas depuis une quinzaine d'années au moins, en matière d'émissions, en matière de programmation, de décisions de programmation, de grilles horaires, de budgets d'émissions, sur le plan individuel de chacune des émissions et par secteur aussi, sur le plan interne comme sur le plan externe, sur le plan des activités commerciales, sur le plan des effectifs, allocation d'effectifs dans le cadre des budgets bien entendu, mais aussi sur le plan financier et celui des ressources humaines, etc., depuis 15 à 20 ans,

[Translation]

maintaining and even promoting French culture in Quebec and elsewhere in Canada?

Mr. Delaney: That obviously depends on how you look at it. All I can tell you is that based on what we hear inside and outside Quebec, in terms of our mission and our mandate, we are living very dangerously. I would be more inclined to say yes than no, because the mandate itself creates public expectations. The public expects to receive this or that kind of service, of such and such quality, but gradually, imperceptibly at first, over the years, this quality or service deteriorates as a result of budget cuts. Obviously for these people and also the cultural communities, whom you heard from yesterday, our mission is definitely endangered.

Mr. Toupin: Thank you. I do have another question which is a logical follow-up to this one. However, I will not ask you it, to avoid putting you perhaps in an embarrassing situation. I will simply make a very brief remark.

Some may conclude that the statement of principles in the Meech Lake Accord advocating the maintenance or promotion of the French language might in practice be contradicted as far as CBC French television is concerned. I will not ask you to comment on this, but I shall rather ask you a second question.

Can you explain briefly, but quite concretely, how much autonomy the CBC's French service really has?

Mr. Delaney: I am glad that you repeated this question, because I did not have the opportunity before to answer Mrs. Finestone on the same subject.

I must tell you first of all that all CBC services, English, French or whatever, are under the control of the Corporation's Board of Directors, as they should be. It is our Board of Directors which legally constitutes the Canadian Broadcasting Corporation.

I must say that today, as in the past and for a very long time, for some 15 years at least, we enjoy an absolutely remarkable autonomy regarding programs, programming, programming decisions, scheduling, program budgets, for each individual show and sector, internally and externally, with respect to commercial activity, staffing, staff allocation within the budget, of course, financial and human resource allocation, etc. That has been the case for the past 15 to 20 years.

[Texte]

dis-je, nous jouissons d'une autonomie absolument remarquable.

Si on parle d'une autonomie sur le plan juridique, c'est peut-être autre chose, parce que nous n'avons pas deux conseils d'administration, nous n'en avons qu'un. Mais sur le plan pratique, je puis vous assurer que mes collègues et moi, à Montréal, nous avons toute la latitude voulue pour prendre toutes les décisions importantes au niveau de la programmation.

D'autre part, à d'autres niveaux, comme sur des questions de système financier, de négociations de conventions collectives, bref... toutes les questions d'ingénierie, ces questions-là, dis-je, sont regroupées dans des services que nous disons nationaux et qui, eux, sont directement reliés au siège social de la Société. Et c'est par la voie de comités conjoints nationaux que les différents réseaux, télévision et radio, anglophones et francophones, se retrouvent pour suggérer au conseil d'administration de la Société et à son président les politiques nationales qui devraient s'appliquer à l'ensemble des employés de la Société Radio-Canada.

M. Toupin: Dernière question. Que pensez-vous des recommandations du rapport Sauvageau-Caplan à cet égard?

• 1030

M. Delaney: En fait, le sens précis de la recommandation Sauvageau-Caplan est de reconnaître cette autonomie dans un texte législatif. Au nom de l'autonomie et de la spécificité francophone, nous avons un certain nombre de problèmes avec cette recommandation, ne nous le cachons pas, parce que l'autonomie est déjà présente, de fait. En tant que réseau de télévision, je ne voudrais pas être isolé dans les secteurs que j'ai mentionnés tels que l'ingénierie, les finances et les ressources humaines, ou pire encore, au nom de l'autonomie, avoir à me dédoubler ou me constituer localement ces mêmes services à Montréal et perdre ainsi l'expertise disponible au niveau national, que ce soit au point de vue de l'ingénierie, de l'informatique, en matière de conventions collectives ou en matière gestion de personnel, de dotation, de formation et sur le plan des finances. Qui dit autonomie devrait dire à ce moment-là aussi, si vous suivez la logique jusqu'au bout, conseil d'administration différent et gestion différente des services.

Notre principale préoccupation n'est pas tellement une question d'autonomie, je vous l'ai dit dans mon texte, ce sont les ressources financières. Notre problème n'est pas un problème d'autonomie, c'est un problème de ressources.

M. Caldwell: Bienvenus au Comité, monsieur Delaney et vous aussi messieurs.

It is good to see you back again, Mr. Delaney. I have a couple of questions, and since we are running a little late I would ask you to try to keep your answers as short as possible so I can get more questions in before the chairman cuts me off.

[Traduction]

If you mean autonomy in the legal sense, that is perhaps another matter, because we do not have two Boards of Directors, but only one. But in practice, I can assure that my colleagues and I in Montreal have all the latitude we need to make all the important programming decisions.

For other matters, such as financial assistance, negotiating collective agreements... engineering, these are brought together at the national level and come directly under the corporate head office. Through joint national committees, the various networks, television and radio, English and French, suggest to the Corporation's Board of Directors and its president the national policies that should apply to all CBC employees.

Mr. Toupin: One last question. What do you think of the recommendations of the Caplan-Sauvageau Report in this regard?

Mr. Delaney: Indeed, the Caplan-Sauvageau Report specifically recommends that this autonomy be recognized in the Act. We don't hide the fact that this recommendation designed to promote autonomy and the specific character of the French community, causes us some problems, because we already have autonomy. As a television network, I would not want to be isolated in the areas I mentioned such as engineering, finance and human resources, or even worse, for the sake of autonomy, to be forced to duplicate or set up locally these same services in Montreal and thus lose the expertise available at the national level, whether in engineering, data processing, collective agreements or personnel management, staffing, training or finance. If you carry autonomy to its logical conclusion, you would have to have a separate Board of Directors and management.

Our main concern is not so much autonomy, as I said in my brief, but rather financial resources. Our problem is not one of autonomy, but of resources.

Mr. Caldwell: Welcome to the committee, Mr. Delaney and you too, gentlemen.

C'est un plaisir de vous revoir, monsieur Delaney. J'ai quelques questions, et puisque nous sommes un peu en retard, je vous demanderais de me répondre le plus brièvement possible afin que je puisse poser d'autres questions avant que le président ne me coupe la parole.

[Text]

First of all, we had a claim yesterday by one of the groups represented here that said the cuts to the CBC Radio-Canada were disproportionate, in that the French network suffered a greater cut than the English network. Would you agree with that? It was your own union that said that.

M. Delaney: Non.

Mr. Caldwell: Okay. Recently on the English network Denis Harvey announced the five-year plan for the CBC indicating there would be a 20% cut-back in local programming, as well such programs as the 11 p.m. news would disappear. What is the situation on Radio-Canada?

M. Delaney: La situation est tout à fait différente du côté francophone. Je suis bien au courant des objectifs de mon collègue Harvey, et je trouve qu'ils sont les bienvenus, car à cause de contextes historiques différents, au réseau français nous diffusons beaucoup de cinéma; or, le réseau anglais de télévision ne diffuse à peu près pas de cinéma. Au réseau français, si vous excluez le cinéma, notre contenu canadien est déjà à 92 p. 100, au moment où je vous parle. Donc, l'objectif du réseau français n'est pas d'augmenter la quantité, ce qui manque du côté anglophone, mais d'augmenter la qualité de ce que nous produisons déjà. Parce que la quantité y est déjà, notre principal problème est un problème de qualité pour faire concurrence à notre environnement télévisuel.

Mr. Caldwell: I notice you are still carrying *L.A. Law*. Will that disappear?

M. Delaney: Voici un phénomène nouveau. Qu'est-ce que ça fait exactement les coupures? La première année nous n'avions qu'une seule émission américaine aux heures de pointe qui était *Dallas*, et nous en avons une deuxième maintenant qui s'appelle *L.A. Law*; et nous avons, pour la première fois, des reprises aux heures de pointe, d'oeuvres dramatiques comme *Le temps d'une paix*, et *Lance et compte*. C'est la première année que le réseau français de Radio-Canada passe des émissions en reprise aux heures de pointe.

• 1035

Mr. Caldwell: Yesterday Réseau Pathonic made the claim that you were selling ads in Quebec City for half the price you should be. They were even complaining about the other private stations, that they were also underselling. How do you answer that claim?

M. Delaney: Je peux vous garantir, monsieur Caldwell, que nous vendons selon les lois du marché. Je dois vous dire que, année après année, nous avons toujours été accusés par une entreprise ou une autre de vendre en-dessous du niveau du marché. Mais je peux vous assurer que ce n'est pas le cas.

En fait, plusieurs personnes nous mettent dans une situation d'éternels perdants, à savoir que si dans un domaine quelconque nous ne faisons pas très bien, à ce moment-là on remarque, «mais à quoi vous attendiez-vous»? C'est Radio-Canada, c'est une Société de la

[Translation]

Tout d'abord, un des groupes qui a comparu devant nous hier a prétendu que le réseau français de Radio-Canada a subi des compressions budgétaires plus importantes que le réseau anglais. Seriez-vous d'accord? C'est votre syndicat qui l'a affirmé.

Mr. Delaney: No.

M. Caldwell: D'accord. Récemment, Denis Harvey a annoncé au réseau anglais que le plan quinquennal de Radio-Canada prévoyait une réduction de 20 p. 100 de la programmation locale et la suppression de certaines émissions comme les nouvelles à 23 heures. Quelle est la situation à Radio-Canada?

Mr. Delaney: The situation is completely different on the French side. I am quite aware of my colleague Mr. Harvey's objectives and I welcome them, because we broadcast many more movies on the French network, as a result of our different historical context. The English television network broadcasts almost no films. On the French network, not counting movies, our Canadian content is already 92%, at the moment. So the French network's objective is not to increase the quantity, which is lacking on the English side, but to increase the quality of what we already produce. Because the quantity is already there, our main problem is one of quality in order to compete in our television environment.

M. Caldwell: Je constate que vous diffusez toujours *L.A. Law*. Est-ce que cela disparaîtra?

Mr. Delaney: This is a new phenomenon. What exactly is the effect of the cuts? In the first year, we had only one American program, namely *Dallas*, on prime time and now we have a second one called *L.A. Law*. And now for the first time we are rerunning in prime time dramas like *Le temps d'une paix* and *Lance et compte*. This is the first year that the CBC French network is showing reruns in prime time.

M. Caldwell: Hier le réseau Pathonic a prétendu que vous vendez de la publicité à Québec à la moitié du prix courant. Il s'est même plaint des autres stations privées, qui vendaient moins cher aussi. Comment y répondez-vous?

Mr. Delaney: I can you, Mr. Caldwell, that we sell according to the laws of the market. I must tell you that year after year we have always been accused by one company or another of underselling. But I can assure you that is not the case.

Indeed, some see us as eternal losers: if we do not do a very good job in some area, they say "but what did you expect! It is the CBC, a crown corporation, bureaucratic, and all that!" But when we do something very well, because we are aggressive, etc., well, then, we are accused

[Texte]

Couronne, c'est bureaucratique, c'est tout ce que vous voudrez! Or, lorsqu'on fait très bien, parce qu'on est agressif etc., eh bien là on nous dit: c'est de la concurrence déloyale. Et c'est ça, semble-t-il, que vous soulignez. Nous suivons de très près la performance de tous nos secteurs de vente à travers le pays pour nous assurer que nous sommes dans le marché.

Mr. Caldwell: Mr. Delaney, you have mentioned several times your financial resources, and of course we have heard this from everyone we have talked to within Radio-Canada and the CBC across the country. Certainly we have that message, but I would ask that your organization—and I have said this to the other side as well—maybe stop its whining and get on with its job.

M. Delaney: C'était ça, monsieur Caldwell, le sens de mes propos ce matin. Je vous ai donné les objectifs de la télévision française; je vous ai assuré que nous voulions régler, en grande partie, ce problème, et ce par le biais de l'augmentation de notre productivité et de l'augmentation de nos revenus commerciaux. Nous avons dit que nous sommes prêts à faire notre part à ces deux niveaux-là, et ce que nous demandons, c'est que le gouvernement nous aide d'une façon ou d'une autre, et fasse sa part.

Mr. Caldwell: I did not want you to take that personally—and I am not meaning it personally—because we have talked to newsrooms that are fully staffed, staffed better than many private stations would love to have theirs staffed, but they are still complaining about their malaise and their lack of outlook and all these kinds of things. I have told them the same thing, that it is time. . . They have the equipment in some cases. Sure, you are short of money in some areas; but some of the newsrooms across this country are very well equipped to get on and do their jobs, and they should be doing them rather than sitting around whining.

Le président: Monsieur Morosité, je vous présente M. Subtilité.

Seconde ronde de questions, s'il vous plaît. Monsieur Toupin.

M. Toupin: Quelques questions techniques pour nous aider à voir davantage le tableau. Elles sont très spécifiques. Combien d'émissions avez-vous réussi à exporter à l'étranger, principalement vers les pays francophones, ou encore ailleurs, à la suite d'un doublage quelconque?

M. Delaney: La vente d'émissions à l'étranger ne relève pas du réseau de la télévision parce que nous avons un secteur spécial qui s'appelle Les Entreprises Radio-Canada, et qui se charge de vendre nos émissions à l'étranger. D'après ce que je sais, je dois vous dire que, finalement, c'est très peu.

C'est très peu pour deux raisons. D'une part, parce que dans le domaine de la fiction, en tout cas, ça ne semble pas, sur une très grande échelle, représenter un très grand intérêt pour l'étranger; et d'autre part, à l'étranger, on ne semble pas avoir les moyens de payer le prix qu'il faudrait payer pour se procurer les émissions que nous

[Traduction]

of unfair competition. And that seems to be what you are pointing out. We follow very closely the performance of all our sales sectors throughout the country to make sure that we are in the market.

M. Caldwell: Monsieur Delaney, vous avez mentionné plusieurs fois vos ressources financières, et bien sûr, tous les représentants de Radio-Canada, anglais et français, qui nous ont parlé ont dit la même chose. Certes, nous avons reçu ce message, mais je demanderais à votre service—et j'ai dit cela à vos homologues anglophones aussi—de cesser de se plaindre et de s'atteler à la tâche.

Mr. Delaney: This is exactly what I meant in my remarks this morning, Mr. Caldwell. I gave you the objectives of the French television network; I assured you that we wanted to solve this problem in large part by increasing our productivity and our advertising revenue. We said that we are prepared to do our part on these two fronts, and what we are asking you is that the government help us out in one way or another and do its part too.

M. Caldwell: Je ne voulais pas que vous vous sentiez personnellement visé—ce n'est pas là mon propos—parce que nous avons parlé à des représentants qui ont des salles de nouvelles dotées d'un effectif complet, mieux que les stations privées osent rêver, mais ils se plaignent toujours du malaise qui règne chez eux, du manque de perspective et ainsi de suite. Je leur ai dit la même chose, qu'il est temps. . . Dans certains cas, ils ont l'équipement. Certes, vous manquez d'argent dans certains domaines, mais certaines salles de nouvelles au pays sont très bien équipées pour faire leur travail et on devrait le faire plutôt que de se plaindre.

The Chairman: Mr. Gloomy meet Mr. Subtle.

Second round of questions, please. Mr. Toupin.

Mr. Toupin: Some technical questions to help us get a picture better. They are very specific. How many programs have you sold abroad, mainly to francophone countries, but also elsewhere, with some kind of dubbing?

Mr. Delaney: Selling programs abroad is not the television network's responsibility. We have a special arm called CBC Enterprises that looks after this. As far as I know, I must say that I think we have sold very few programs.

There are two reasons for this. First, fictional programming at least seems of very little interest to foreign countries. Second, foreign countries apparently cannot afford to pay for the programs we produce. As a result, the international market is quite small on the French side.

[Text]

produisons. Mais le marché international, finalement, est assez minime du côté francophone.

M. Toupin: Qu'est-ce que vous en pensez par rapport aux perspectives futures, ou encore compte tenu du réseau TV-5?

M. Delaney: Comme vous le savez, nous avons une soirée canadienne sur l'Europe, soirée qui revêt une certaine importance excepté en France qui n'est pas encore câblée. Comme vous le savez, la France a un réseau satellite-câble.

[Translation]

Mr. Toupin: What do you think of the future prospects, what with the TV-5 network?

Mr. Delaney: As you know, we have a Canadian evening in Europe, which has some following except in France, which does not yet have cable. As you know, France has a satellite-cable network.

• 1040

L'objectif des participants à Télé-5 consiste à créer une vitrine canadienne représentative des émissions que nous produisons au Canada, soit dans les différents réseaux, comme Radio-Canada, TVA, *Quatre Saisons*, Radio-Québec, des productions de l'Office national du film, des producteurs indépendants, TVOntario, etc. . . bref, tous les partenaires qui sont réunis ainsi pour participer à cette vitrine afin de montrer au reste du monde le genre d'émissions que nous proposons. Et pour nous c'est une semence, si vous voulez, avec l'espoir qu'à long terme, noms et produits seront appréciés, reconnus et aussi que nos artisans qui se produisent dans nos émissions seront identifiés à la longue et pourront alors se produire, non seulement dans nos propres productions, mais encore sur le marché international.

C'est cela , la raison fondamentale de notre implication.

M. Blackburn (Jonquière): Merci, monsieur le président. Monsieur Delaney je voudrais revenir à ce correspondant qui sera ajouté à la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean à compter du mois de mars prochain.

Est-ce que cela va impliquer des achats spéciaux en termes d'équipement pour offrir ce nouveau service? Et quel peut être le coût pour la Société Radio-Canada d'offrir ce service à notre région? Si on en faisait la comparaison avec le bulletin d'informations régionales, quelle aurait été la différence en termes de coûts?

M. Delaney: Je vais demander à M. O'Neil de vous répondre. Evidemment, c'est un commentateur de télévision, alors il faut l'envoyer avec autre chose qu'un crayon et un calepin.

M. P. O'Neil: Je ne veux pas vous donner de différence de coûts entre la présence d'un correspondant et l'ensemble des coûts d'un bulletin régional qui aurait été produit par nous ou par l'affilié là-bas; je ne peux pas faire cette distinction-là. Tout ce que je sais c'est qu'il s'agit largement, comme je l'ai dit, d'un transfert de ressources, c'est-à-dire d'un transfert d'équipe d'Edmonton à Chicoutimi dans la station de CBJ. Il va nous en coûter quelque dizaines de milliers de dollars pour installer le correspondant à CBJ avec son montage et le reste. C'est quelque dizaines de milliers de dollars. Autrement c'est un transfert de ressources techniques et de ressources humaines.

The objective of the participants in Télé-5 is to showcase Canadian programs produced on the different networks such as Radio Canada, TVA, *Quatre Saisons* and *Radio-Québec*, as well as National Film Board productions, the work of independent producers, TV Ontario, etc. . . In short, all these people are working together to show the rest of the world the kind of programs we have to offer. And for us, it is like planting a seed, with the hope that in the long run, our names and products will be appreciated and recognized and also that the performers in our programs will eventually gain recognition and be able to appear not only in our own productions, but also in the international market.

That is the basic reason for our involvement.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you, Mr. Chairman. Mr. Delaney, I would like to come back to this correspondent who will be added to the Saguenay—Lac-Saint-Jean region as of next March.

Will special equipment purchases be required to provide this new service? How much will it cost the CBC to provide our region with this service? Compared to regional newscasts, what would be the difference in cost?

Mr. Delaney: I will ask Mr. O'Neil to answer you. Obviously, since he is a television commentator, he will need more than a pencil and notebook.

Mr. P. O'Neil: I do not want to give you the difference in costs between having a correspondent and the total cost for us or the local affiliate to produce a regional newscast; I cannot make that distinction. All I know is that it involves, as I said, merely a transfer of resources, that is moving the team from Edmonton to CBJ in Chicoutimi. It will cost us tens of thousands of dollars to set up the correspondent at CBJ with his equipment and all the rest. It is in the tens of thousands of dollars. In other words, it is a transfer of technical and human resources.

[Texte]

M. Blackburn (Jonquière): Mais pour transmettre la nouvelle qui est d'intérêt national, est-ce que vous allez passer par votre affilié qui est CKRS Télévision de Jonquière? Ou c'est une autre technique qui va être utilisée?

M. P. O'Neil: C'est un problème très complexe. Il est difficile d'y aller par ligne terrestre ou par satellite. Par conséquent on va fonctionner par autobus sur Québec, et transmission de Québec à Montréal là où il existe des lignes, d'une part; d'autre part, nous allons procéder par avion directement de la région de Chicoutimi par le biais de vols réguliers sur Montréal. On va donc fonctionner par cassettes sur Québec, d'une part, pour alimentation à Montréal; sur avion, d'autre part, pour diffusion directement de Montréal.

Mme Finestone: Merci monsieur le président.

Monsieur Delaney, pourriez-vous me dire quelle est la proportion des émissions du réseau français provenant de producteurs indépendants? Et puis j'aimerais bien en même temps savoir quelle est votre politique à cet égard surtout en ce qui concerne les émissions dramatiques. Je pense à la présentation des producteurs indépendants qui ont témoigné devant nous hier, et ces derniers sont très intéressés de savoir si c'est 50-50 p. 100. Est-ce qu'ils peuvent être assurés d'un certain pourcentage dans cette production? Comment est-ce que ça fonctionne?

• 1045

M. Delaney: Nous avons obtenu au point de vue diffusion et production, le niveau de temps de 34 p. 100, d'une part. D'autre part, l'objectif est toujours de 50 p. 100; mais l'objectif de 50 p. 100 est relié à notre capacité d'augmenter le nombre de productions que nous mettons à l'écran. Je pourrais demander à M^{me} Bournival de vous répondre car elle s'occupe directement de cela.

Mme Andrée-Anne Bournival (directrice générale adjointe des programmes (production interne), Société Radio-Canada—Télévision réseau français): Je voudrais vous rappeler que l'objectif de 50 p. 100 vient d'être réaffirmé dans le plan triennal qui nous mène jusqu'en 1990-1991, donc, aux 34 p. 100 de cette année, 5 p. 100 devraient être rajoutés chaque année.

Mme Finestone: Merci. L'objectif est de 50 p. 100 d'ici 1990?

Mme Bournival: C'est cela.

Mme Finestone: Très bien. Comment déterminez-vous les droits de diffusion que vous payez pour ces émissions?

Mme Bournival: On les détermine par un pourcentage selon la valeur, et selon la possibilité d'obtenir les budgets de diffusion dans des cases de dramatiques ou de variétés.

Mme Finestone: Il y a des plaintes au sujet des droits de diffusion qui ne sont pas assez élevés, et surtout ici au Québec, où vous n'avez pas la même possibilité pour aller en chercher dans le secteur privé, on s'en plaint. À cet

[Traduction]

Mr. Blackburn (Jonquière): But how will you transmit regional news of national interest? Will you go through your affiliate CKRS-TV in Jonquière? Or will some other technique be used?

Mr. P. O'Neil: This is a very complex problem. It is hard to get there by land line or satellite. Therefore we will bus the material to Quebec City and transmit from Quebec City to Montreal on existing lines. Also, we will use regularly scheduled flights from the Chicoutimi region to Montreal. So we will use cassettes to Quebec City for broadcast from Montreal, and also fly material to be broadcast directly from Montreal.

Mrs. Finestone: Thank you, Mr. Chairman.

Mr. Delaney, could you tell me what proportion of the French network's programs come from independent producers? And I would also like to know at the same time what your policy is on this, especially as regards drama. I am thinking of the presentation of the independent producers who testified before us yesterday and they are very interested to know whether it is 50:50. Can they be assured of a certain percentage of this production? How does it work?

Mr. Delaney: We have obtained a broadcasting and production figure of 34%. Although the target is still 50%, it is linked to our ability to increase the number of programs we broadcast. I might ask Mrs. Bournival to answer this question, since this is her direct responsibility.

Mrs. Andrée-Anne Bournival (Assistant General Manager, Programs (Internal Productions), CBC—French Television Network): I would like to remind you that our three-year plan has just reaffirmed the 50% target, thus bringing us up to 1990-1991. This means that to this year's 34% target, 5% must be added each year.

Mrs. Finestone: Thank you. Your objective is to reach 50% by 1990?

Mrs. Bournival: That is correct.

Mrs. Finestone: I see. How do you determine the broadcasting rights you pay for these programs?

Mrs. Bournival: They are determined as a percentage according to the value and the possibility of obtaining broadcast funding from the drama or variety programming budgets.

Mrs. Finestone: There have been complaints about broadcast rights not being high enough, especially here in Quebec where your ability to obtain programs from the private sector is more limited. How do you co-operate

[Text]

égard, quel genre de collaboration avez-vous avec Téléfilm? Est-ce que vous pouvez combler un peu plus le trou?

Mme Bournival: Il m'est difficile de vous répondre en 30 secondes. C'est un problème dont nous sommes très conscients sauf que l'objectif qui était visé, c'était de remplacer les émissions américaines pour enrichir la production canadienne en ondes. Une production canadienne de qualité comme *Lance et Compte* coûte cinq fois, et même six fois, ce qu'il nous en coûte pour acheter *Dallas*. Donc il y a une question de ressources.

Mme Finestone: Cela on le sait, madame; mais on n'a pas seulement que *Dallas* et *Lance et Compte*, on a aussi *Maude*. Allez-y, s'il vous plaît.

Mme Bournival: *Maude* a été passée à la télévision canadienne française.

Mme Finestone: *Golden Girls* et beaucoup d'autres. Ce n'est pas toujours un million de dollars en frais. Avec Téléfilm Canada, est-ce que vous êtes en mesure de combler la différence du côté français avec les droits de licence?

Mme Bournival: C'est un immense problème. Téléfilm Canada ne peut aller au-delà de 49 p. 100 et il est impossible, dans nos budgets actuels, de combler la différence à 100 p. 100.

Mme Finestone: À quel pourcentage êtes-vous en mesure de combler?

Mme Bournival: Selon certaines productions, on va de 15 p. 100 à 50 ou 55 p. 100. Il y a toujours un manque à gagner que les producteurs doivent trouver auprès de commanditaires et qu'ils trouvaient assez facilement auprès d'investisseurs privés. . . jusqu'à ce Livre blanc de juin dernier.

Mme Finestone: Comment faire pour accroître le niveau de financement disponible pour la protection des émissions canadiennes?

Mme Bournival: Je dirais que c'est le sujet de l'heure et qu'il y a des études qui se font pour voir comment des réaménagements de budgets pourraient nous permettre d'augmenter nos droits de diffusion. Nous sommes conscients qu'il y a une lacune de ce côté-là.

Mme Finestone: Monsieur Delaney, vous avez dit que vous allez devenir plus productifs avec un contenu basé sur la qualité, et que vous allez chercher plus de revenus par le truchement des annonces. Il y a une certaine crainte, ici, au Québec où on a—je pense que c'est le seul endroit—presque trois réseaux qui se font de la compétition. . .

M. Delaney: Quatre!

Mme Finestone: Vous avez TVA, Télé-Métropole, et vous avez Quatre Saisons.

M. Delaney: Radio-Québec.

Mme Finestone: Vous avez Pathonic, vous avez COGECO, vous avez Radio-Québec, vous avez vous à

[Translation]

with Telefilm Canada here? Does this agency enable you to make up the difference more easily?

Mrs. Bournival: I find it hard to answer you in 30 seconds. We are very aware of this problem; however, the objective was to replace American programs in order to enrich our Canadian content. It costs us five or even six times as much to produce a quality Canadian program such as *Lance et Compte* as it does to purchase *Dallas*. So resources have something to do with it.

Mrs. Finestone: We are aware of that, Madam, but there are other programs than *Dallas* and *Lance et Compte*; there is *Maude* too. Please continue.

Mrs. Bournival: *Maude* is a French-language Canadian television production.

Mrs. Finestone: There is *Golden Girls*, and there are many other programs. Programs do not always cost \$1 million. With the assistance of Telefilm Canada, are you able to make up the difference between the cost of French programs and broadcasting fees paid?

Mrs. Bournival: This is an enormous problem. Telefilm Canada funding cannot exceed 49% of the cost of production, and our current budgets do not enable us to make up the difference fully.

Mrs. Finestone: What percentage can you make up?

Mrs. Bournival: Depending on the program, this percentage varies between 15% and 50% or 55%. There is always a shortfall that producers must make up through sponsors, which are fairly easy to find among private investors. . . until last June's white paper.

Mrs. Finestone: How could you increase the level of available funding in order to protect Canadian programming?

Mrs. Bournival: I would say this is a very topical question; studies are underway to see how budget reallocation could enable us to increase the broadcast fees we pay. We are aware of this problem.

Mrs. Finestone: Mr. Delaney, you said that focusing on high-quality content would enable you to become more productive, and that you were going to seek additional advertising revenue. There is some apprehension here in Quebec, where we have roughly three competing networks—I think this is the only place where this occurs—

Mr. Delaney: There are four!

Mrs. Finestone: You have TVA, Télé-Métropole and Quatre Saisons.

Mr. Delaney: There is also Radio-Québec.

Mrs. Finestone: There is Pathonic, COGECO, Radio-Québec, Quatre Saisons and TV-5. Is it not difficult to

[Texte]

Quatre Saisons et TV-5. Est-ce que ce n'est pas difficile d'aller en chercher? N'y a-t-il pas de fragmentation financière du marché?

M. Delaney: Cela a toujours été notre position. C'est une situation extrêmement difficile. Nos téléspectateurs sont très gâtés parce qu'ils ont tous les réseaux dont vous parlez plus les réseaux anglophones, plus tous les réseaux américains. Et il faut se partager les mêmes auditoires. D'où la nécessité d'une grande présence de fonds publics pour offrir un produit de qualité acceptable.

Mme Finestone: Merci monsieur Delaney.

• 1050

Le président: Monsieur Delaney, encore une fois nous allons vous poser par écrit un certain nombre de questions auxquelles vous voudrez bien répondre. Merci.

Enfin, je crois savoir qu'il est de votre intention de réduire l'établissement de la Société Radio-Canada à Edmonton pour établir à Chicoutimi un établissement adéquat. Dans son document reçu hier, le président de la Société, M. Juneau, déplore le manque de référence à l'unité nationale dans notre Sixième rapport. Dans quel sens ce transfert contribuera-t-il à l'unité nationale, et je parle de transfert de gens d'Edmonton à Chicoutimi?

M. Delaney: Tous les gestes que nous posons ne sont pas nécessairement alignés sur le facteur de l'unité nationale. Je pense qu'il y a une différence de niveaux. Lorsqu'on parle d'un transfert de correspondants d'Edmonton à Chicoutimi, on parle d'une affectation différente des ressources d'une part et, d'autre part, nous avons dit et spécifié que nous allions désigner un autre journaliste de la salle de nouvelles d'Edmonton pour remplir le rôle, dans les situations d'urgence, que l'ancien correspondant jouait. Il y a aussi l'utilisation des autres correspondants nationaux au besoin, soit de Vancouver, pour venir prêter main-forte si la situation l'exigeait.

Mais je crois que l'allusion que notre président faisait sur la question de l'unité nationale, quant à nous, c'est vraiment pour trouver les façons de traduire les réalités nationales à l'écran, et ces réalités-là où qu'elles se trouvent à travers le pays et que ce soit non seulement basé—en tout cas du côté francophone—sur ce qui se passe au Québec, mais aussi sur les événements importants qui se passent chez les francophones hors Québec, que ce soit au point de vue information ou au point de vue culturel.

The Chairman: Well, sir, when one goes to the whole issue of budget reductions, effective cuts, and so on, I think there is a lot to be learned from the wonderful example that has been set by your eastern Quebec regional director and the marvelous economies of scale that have been achieved there, where they are achieving far more with considerably less. We would look to service to francophones in western Canada perhaps along those lines, and perhaps exercising a little ingenuity. Thank you very much for your appearance here today.

M. Delaney: Merci monsieur le président.

[Traduction]

seek additional funding? Is the funding market not fragmented?

Mr. Delaney: That has always been our position. The situation is quite difficult. Our viewers are spoiled because they have access not only to all the networks you mentioned, but also to the English-language networks and all the American networks. In addition, we must share the same audience which means that we need a great deal of public funding in order to offer an acceptable product.

Mrs. Finestone: Thank you, Mr. Delaney.

The Chairman: Mr. Delaney, here again, we are going to ask you to respond to some written questions. Thank you.

To conclude, I believe you intend to reduce CBC facilities in Edmonton in order to set up an adequate facility in Chicoutimi. In a document we received yesterday, CBC Chairman Mr. Juneau criticizes the lack of reference to national unity in our sixth report. How will this transfer of personnel from Edmonton to Chicoutimi contribute to national unity?

Mr. Delaney: Not all the measures taken by the CBC are necessarily aimed at national unity. It is a question of coverage. Transferring reporters from Edmonton to Chicoutimi means a different allocation of resources; in addition, we specified that we were going to assign another journalist from the Edmonton newsroom to carry out the former reporter's duties in emergency situations. If necessary, we can also use other national correspondents, from Vancouver, for example, to lend a hand.

However, I think that in referring to national unity, what our chairman meant was that we should find ways to reflect on television what is really going on in Canada, wherever it is happening across the country; as far as the French language network is concerned at least, coverage should not be limited to what is happening in Quebec, but should also include major news or cultural events in French-speaking communities outside Quebec.

Le président: Eh bien, monsieur, en ce qui concerne les compressions budgétaires, je pense que nous aurions intérêt à étudier le magnifique exemple de votre directeur régional responsable de l'est du Québec: cette région a réalisé des économies d'échelle étonnantes; on y obtient de bien meilleurs résultats avec des ressources bien moindres qu'ailleurs. Avec un peu d'imagination, nous aimerions pouvoir offrir un service semblable à la population francophone de l'ouest du Canada. Merci beaucoup d'avoir comparu devant le Comité aujourd'hui.

Mr. Delaney: Thank you, Mr. Chairman.

[Text]

Le président: Et maintenant, voici le président et directeur général du Réseau de télévision TVA Inc., M. Claude Blain. Monsieur Blain, s'il vous plaît.

• 1055

Mr. Blain, I cannot help but remark the resources the private sector brings to bear on the same job—an hour of witnessing—and those the public sector brings to bear. Here you are, all alone, and we look forward to our dialogue with you.

M. Claude Blain (président, directeur général, Le Réseau de télévision TVA Inc.): Monsieur le président, madame et messieurs, bonjour. Je suis le président et directeur général du Réseau de télévision TVA.

Le Réseau de télévision TVA a débuté ses opérations en 1971. Il regroupe des stations francophones opérant au Québec. Présentement, le réseau comprend 10 stations situées dans les régions suivantes: Dans le Métropole, CFTM-TV, à Montréal; dans la région de la capitale, CFCM-TV à Québec; en Estrie, CHLT-TV, Sherbrooke; en Mauricie, CHEM-TV, Trois-Rivières; au Saguenay—Lac Saint-Jean, CJPM-TV, Chicoutimi; dans l'Outaouais, CHOT-TV, Hull, Ottawa; en Abitibi, CFEM-TV, Rouyn-Noranda; en Gaspésie, CFER-TV, Rimouski, CIMT-TV, Rivière-du-Loup; et à Baie des Chaleurs, CHAU-TV, Carleton.

• 1100

Nous désirons remercier le Comité permanent des communications et de la culture de nous fournir l'occasion de lui transmettre quelques observations en marge du rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion. Ce volumineux rapport, déposé déjà depuis un an, a réussi à faire l'inventaire des différents secteurs des communications canadiennes.

C'est donc avec intérêt que j'ai relu récemment les chapitres particuliers aux télédiffuseurs privés. Une première impression se dégage de cette lecture. Déjà le temps a périmé certaines des données sur lesquelles, on peut supposer, le Groupe de travail a basé un certain nombre de ses recommandations. En effet, au moins un exercice financier et souvent deux se sont écoulés depuis les statistiques citées dans le Rapport.

C'est donc, à mon avis, avec attention que l'on doit tirer des conclusions basées sur les avancées et les recommandations contenues dans le Rapport. En effet, depuis sa parution le panorama de la télévision francophone privée, entre autres, a évolué de façon significative. Pour ne citer que quelques-uns des changements majeurs, mentionnons: l'achat de Télé-Métropole par Vidéotron; la consolidation des opérations des stations propriété de Pathonic Communications; et l'entrée en ondes du réseau Quatre Saisons.

Dans bon nombre de situations citées dans le Rapport, ce qui était durant l'exercice 1984-1985 ou 1985-1986 n'est plus nécessairement ce qui en est aujourd'hui. Règle générale, les quelques lacunes que le Groupe de travail

[Translation]

The Chairman: And now we have the president and general manager of the TVA television network Inc., Mr. Claude Blain. Go ahead, please, Mr. Blain.

Monsieur Blain, je ne peux m'empêcher de remarquer les ressources que le secteur privé peut consacrer au même travail—une heure de comparution—et celles dont dispose le secteur public. Vous êtes là, seul, et nous sommes impatients d'ouvrir le dialogue avec vous.

Mr. Claude Blain (Chairman, Chief Executive Officer, Le Réseau de télévision TVA Inc.): Thank you, Mr. Chairman, ladies and gentlemen. I am the Chairman and Chief Executive Officer of the TVA Television Network.

The TVA Network started operations in 1971. It is a group of French language stations operating in Quebec. At the present time, there are ten stations servicing the following regions, CFTM-TV in Montreal; in the capital area, CFCM-TV in Quebec City; in the Eastern Townships, CHLT-TV Sherbrooke; in the Mauricie region, CHEM-TV, Trois-Rivières; in the Saguenay-Lac Saint-Jean area, CJPM-TV, Chicoutimi; in the Ottawa area, CHOT-TV, Hull-Ottawa; in Abitibi, CFEM-TV, Rouyn-Noranda; in the Gaspé area, CFER-TV in Rimouski, and CIMT-TV, Rivière-du-Loup; finally, in the area of Baie des Chaleurs, CHAU-TV, Carleton.

We wish to thank the Standing Committee on Communications and Culture for this opportunity to make a few comments regarding the Report of the Task Force on Broadcasting Policy. This extensive report, which was released over a year ago now, takes stock of various sectors of the Canadian communications industry.

A short time ago, I read with great interest those chapters dealing with private broadcasters. My first impression after reading this is that time has already made obsolete some of the data on which I assume the Task Force based a number of its recommendations. Indeed, most statistics contained in the report are one or two years out of date.

Therefore, I submit, we should be very careful before drawing conclusions based on statements and recommendations made in the report. In fact, since its release, the complexion of private French-language television has greatly changed. To mention only a few of those changes, Télé-Métropole was taken over by Vidéotron, stations belonging to Pathonic Communications were consolidated and a new network, Quatre Saisons started broadcasting.

In the case of many of the situations mentioned in the report, what was true during fiscal 1984-1985 or 1985-1986 is not necessarily so anymore. As a general rule, the weaknesses which the Task Force observed in

[Texte]

avait notées en ce qui a trait à la télévision francophone privée s'amenuisent et se corrigent au fil des ans.

Concernant la télévision privée francophone, le Groupe de travail se dit d'accord pour lui reconnaître une spécificité reliée à sa langue de fonctionnement. Le chapitre 8 du Rapport commence ainsi, et je cite:

Nous recommandons 'dans ces pages que la loi reconnaisse le caractère distinct de la radio-télévision française partout au Canada. Non seulement des circonstances préoccupantes nous pressent en ce sens, mais il s'est effectivement édifié au Québec un système qui a ses propres rites, son histoire, ses programmes, son auditoire, ses problèmes, et qui aspire, pour progresser, à un traitement «sur mesure».

Depuis longtemps, les télédiffuseurs francophones réclament une telle reconnaissance. Il est à souligner que le CRTC également a de plus en plus tendance à étudier les problèmes de la télévision francophone en tenant compte des possibilités, des restrictions et des contraintes spécifiques au secteur francophone.

Ce même chapitre 8 contient 12 recommandations s'adressant tout particulièrement aux diffuseurs canadiens du secteur privé. Je propose dans les quelques minutes qui suivent d'en faire une brève énumération et d'accompagner, le cas échéant, cette énumération de quelques commentaires.

La première recommandation concerne la possibilité pour le CRTC de procéder au renouvellement des licences du réseau CTV et de ses affiliés de façon conjointe. Il s'agit là d'une recommandation n'ayant aucune relation avec le secteur francophone.

La deuxième recommandation demande au CRTC de favoriser le regroupement des stations anglophones indépendantes pour la production d'émissions canadiennes. Déjà le CRTC a publié une politique dans ce sens et qui s'applique à toutes les stations privées, francophones comme anglophones.

La troisième recommandation suggère le maintien de la Loi C-58 et de la substitution simultanée. Il sera intéressant de connaître ce que l'accord sur le libre-échange Canada-USA dit à ce sujet.

La quatrième recommandation demande que la substitution simultanée n'ait pas pour effet de réduire les émissions canadiennes aux heures de forte écoute. Encore là, il s'agit d'une question de moindre importance pour les diffuseurs francophones, puisqu'il est évidemment question de substitution faite d'une station américaine.

La cinquième recommandation favorise la distribution de programmes étrangers au Canada par les stations et les réseaux canadiens. Le Réseau TVA ne peut qu'applaudir à cette recommandation, surtout s'il en découle une reconnaissance de fait pour une présentation parallèle en français et en anglais.

[Traduction]

private French-language TV were gradually alleviated or corrected.

As far as private French-language TV is concerned, the Task Force recognizes the distinctiveness it owes to the fact that it operates in French. Chapter 8 of the report states and I quote:

We recommend in this report that the distinctive character of Quebec Broadcasting be recognized both in itself and as the nucleus of French-language broadcasting throughout Canada. We do so not only because of recent pressing concerns, but also because Quebec has developed a broadcasting system with its own special history, methods, programs, audiences and problems. Moreover it is a system that needs its future development to take place within a framework that is made to measure for its operations.

French-language broadcasters have called for such recognition for a long time. It should be emphasized that the CRTC also tends more and more to look at French-language television problems with regard to the specific opportunities, constraints and restrictions of the French language sector.

Chapter 8 also contains 12 recommendations dealing specifically with private broadcasters. We would like to take a few minutes to look at them and to make a few comments on some of them.

The first recommendation is that the CRTC renew the licences of the CTV network and its affiliates at the same time. This does not concern the French-language sector.

The second recommendation calls for the CRTC to encourage independent English stations to work together to produce Canadian programming. The CRTC has already announced such a policy which will apply to all private stations, both French-language and English-language stations.

The third recommendation calls for maintaining Bill C-58 and the simultaneous substitution rule. It would be interesting to know what the Free Trade Agreement between Canada and the United States provides for this.

The fourth recommendation is that simultaneous substitution not result in a decrease of Canadian programming on prime time. This too is of little importance for French-language broadcasters since obviously the substitution is from American stations.

The fifth recommendation encourages the distribution of foreign programming in Canada by Canadian stations and networks. The TVA network strongly supports this recommendation especially if it means that those foreign programs should be broadcast at the same time in English and in French.

[Text]

Les quatre recommandations suivantes ont trait à l'appréciation du Groupe de travail sur le service local. En s'opposant aux superstations, le Groupe de travail prend pour modèle les stations indépendantes anglophones dont l'importance et la qualité des émissions canadiennes, selon le Groupe de travail, laisseraient à désirer. Or, il n'est pas clairement démontré que ceci serait nécessairement le cas d'une superstation francophone.

• 1105

D'autre part, l'autorisation des stations «jumelées» ou même «triples» est déjà un fait accompli, du moins au Canada français.

La dixième recommandation du Groupe de travail veut introduire la notion de qualité dans la définition d'émissions canadiennes. Il est injuste, à notre avis, de penser que sciemment les diffuseurs et/ou les producteurs canadiens puissent ignorer complètement l'élément de qualité dans quelque production que ce soit. Aux critères techniques essentiels pour la reconnaissance du contenu canadien, il est inévitable de rattacher le critère de qualité qui est toujours déterminant pour le succès, et d'auditoire, et de rentabilité.

La onzième recommandation obligerait les diffuseurs privés à respecter un minimum de 45 p. 100 de contenu canadien entre 19 heures et 23 heures. Il aurait été intéressant ici que le Groupe de travail résume la situation des télédiffuseurs anglophones et des télédiffuseurs francophones sur cette question. Le Réseau TVA ne croit pas qu'il y ait un abus de la part des télédiffuseurs francophones à ce sujet.

Ainsi, par exemple, les stations associées TVA, au cours de la présente saison, diffusent entre 50 et 55 p. 100 de contenu canadien entre les périodes de 19 heures et 23 heures.

Nous faisons cette même demande distingo à l'adresse de la douzième recommandation qui demande de consacrer une proportion plus grande des ressources au financement d'émissions canadiennes. Quand on se réfère aux statistiques citées par le Groupe de travail sur les ressources que les stations francophones consacrent déjà au financement d'émissions canadiennes, on s'aperçoit vite que les stations francophones font déjà un effort très important dans ce domaine.

En terminant, monsieur le président, nous espérons que le Comité permanent des communications et de la culture tiendra compte, lui aussi, de la spécificité de la télévision canadienne francophone, et que les conclusions auxquelles il arrivera, quant à la pertinence des recommandations du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, sauront refléter cette dualité linguistique canadienne.

Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur Blain. Monsieur Toupin.

[Translation]

The following group of four recommendations express the views of the Task Force on local service. To support its opposition to super stations, the Report makes reference to English-language independent stations, where the quantity and quality of Canadian programming leaves something to be desired in the opinion of the Task Force. But, it has not been clearly established that this would necessarily also be the case of a French-language super station.

On the other hand, authorization of "twin" sticking or even "triple" sticking is already a *fait accompli*, at least in French Canada.

The tenth recommendation seeks to introduce the concept of quality in defining Canadian programming. It is unfair, in our view, to think that broadcasters, or Canadian producers would knowingly ignore the quality aspect in any of their productions. In addition to the technical criteria which are essential for the recognition of Canadian content, there must be the criterion of quality, which always determines success, audience share and therefore profitability.

The eleventh recommendation would compel private broadcasters to provide a minimum of 45% Canadian content between 7.00 p.m. and 11.00 p.m. The Task Force should have taken the opportunity here to sum up the situation of English-language and French-language broadcasters in this regard. The TVA network does not believe that French-language broadcasters are guilty of any abuse of the Canadian content requirements.

For example, this year TVA affiliates have been broadcasting between 50% and 55% Canadian content between 7.00 p.m. and 11.00 p.m.

We would like the same distinction to be made in the twelfth recommendation, which calls for a larger proportion of financial resources to be used for Canadian programming. If you look at the statistics provided by the Task Force on financial resources already earmarked by French-language stations for Canadian programming, you will see that they already are making major efforts in this area.

To conclude, Mr. Chairman, we hope that the Standing Committee on Communications and Culture will recognize too the distinctiveness of French-language broadcasting in Canada and that its conclusions on the relevance of recommendations made by the Task Force on Broadcasting Policy will reflect Canada's linguistic duality.

Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you, Mr. Blain. Mr. Toupin.

[Texte]

M. Toupin: Monsieur Blain, il y a 10 stations membres du Réseau TVA. Pouvez-vous nous expliquer brièvement comment fonctionne le Réseau TVA en ce qui concerne les émissions, et ce de façon pratique? Vous pouvez nous donner un aperçu?

M. Blain: Le Réseau TVA, depuis 1971, a toujours demandé au CRTC, qui le lui a toujours d'ailleurs accordé, une licence d'opération pour un réseau de base d'informations et d'affaires publiques. Et ceci a été reconnu de façon explicite dans notre dernier renouvellement. Nous sommes un réseau qui a été créé pour répondre aux besoins d'informations et d'émissions d'affaires publiques. Bien sûr, s'ajoutent certaines émissions de sports, et à l'occasion, des émissions de divertissement. Mais à la base, les émissions qui sont de la responsabilité du Réseau TVA sont des émissions d'informations et d'affaires publiques.

Le Réseau TVA est basé sur le principe d'une coopérative, puisque toutes les stations, ou du moins les cinq propriétaires des dix stations du Réseau TVA, sont actionnaires égaux dans le Réseau TVA et ont droit chacun à un administrateur sur le conseil d'administration. Ce qui permet aux plus petits des membres du Réseau TVA d'avoir une voix au chapitre égale au sein du grand consortium qui existe, que ce soit Télé-Métropole ou Vidéotron, ou Pathonic.

Par contre, reconnaissant que les petites stations n'ont pas toujours les possibilités financières de ces grandes entreprises, le Réseau TVA a instauré une formule de répartition des revenus et des dépenses qui est basée sur les heures d'écoute. Donc, dans un marché métropolitain, dans le marché de Montréal, par exemple, qui représente près de 50 p. 100 des heures d'écoute de toutes les stations TVA, notre associé à Montréal serait ainsi appelé à défrayer 50 p. 100 des dépenses, bien qu'il n'ait qu'une voix sur cinq au chapitre des décisions du conseil d'administration. C'est une façon, croyons-nous, qui est fort équitable pour tous les membres du Réseau TVA.

• 1110

M. Toupin: Les stations membres du Réseau TVA doivent-elles diffuser entièrement la programmation qui vient du réseau ou ont-elles le choix de pouvoir le faire?

M. Blain: Encore là, monsieur Toupin, je dois vous rappeler que les émissions du réseau TVA sont des émissions d'informations et d'affaires publiques. À ce titre, elles représentent environ 10 heures par semaine. Toutes les émissions du réseau sont planifiées à l'unanimité des membres des stations. Une émission devient une émission de réseau lorsque toutes les stations décident de porter à leur horaire la même émission d'informations ou d'affaires publiques, à la même heure. C'est le cas du bulletin de nouvelles quotidien; c'est une décision des stations d'avoir un bulletin de nouvelles à 11h00 tous les soirs.

Mr. Caldwell: I would first like to ask you for your ideas or your opinion on where the industry... You said there is an evolution in the French TV viewing habits and

[Traduction]

Mr. Toupin: Mr. Blain, the TVA network has 10 member stations. Would you explain briefly how your network functions in practical terms with regard to programming? Could you give us an overview?

Mr. Blain: Ever since 1971, our network has always applied to the CRTC for a licence to operate a basic network of news and public affairs programming. This was acknowledged specifically at the time of our last renewal. Our network was created in order to meet a need in the area of news and public affairs programming. This is complemented, of course, by some sports coverage and occasionally by entertainment programs. But news and public affairs form the basis of the network.

The TVA network works along the lines of a co-operative since all stations, or at least the five owners of the 10 member stations, are equal partners in the network and are each represented by one member on the board. This allows smaller members of the network to have an equal say within the larger consortium, whether it is owned by Télé-Métropole or Vidéotron or Pathonic.

But on the other hand, in recognition of the fact that smaller stations do not always have the same financial means as these larger companies, the TVA network has set up a formula for sharing revenue and expenses which is based on broadcasting time. This means that in a large centre, like Montreal for example, which accounts for close to 50% of the broadcast time of all TVA stations, our associate there would pay for 50% of expenditures even though he would only have one vote out of five on the board. We believe this is a very fair system for all members of the network.

Mr. Toupin: Do your member stations have to broadcast all network programming or do they have a choice?

Mr. Blain: There too, Mr. Toupin, I have to remind you that TVA's network programs are news and public affairs broadcasts. They total about 10 hours a week. All network programs are planned according to unanimous decisions by all members. A program becomes a network program once all stations decide to add the same news or public affairs program to their schedule at the same time. That is the case of the daily news report; all stations have agreed to have a newscast at 11:00 p.m. every day.

M. Caldwell: J'aimerais d'abord vous demander quelles sont vos idées ou vos opinions sur l'orientation du secteur... Vous disiez qu'il y a une évolution dans les

[Text]

production and all these kinds of things. The demographics they have provided us on viewing habits in the Montreal area would indicate that about 60% of the people are watching French-language stations, about 15% are watching U.S. signals right from the U.S. or on cable, and about 20% are watching English. That pattern has been holding over the last number of years. Do you see that changing at all in the future?

M. Blain: Oui. Je crois que la région du Québec, comme le mentionnait tout à l'heure M. Delaney, est une des régions vraiment choyées en ce qui a trait au choix de signaux télévisuels disponibles, aussi bien en français qu'en anglais. Et si l'on joint à ce choix le haut degré de bilinguisme des Québécois, on peut s'attendre à ce qu'une certaine partie de l'auditoire francophone écoute des émissions anglaises. Je pense, cependant, qu'il ne faudrait pas dramatiser la situation et se rappeler que, si le CRTC a institué la politique de substitution simultanée, c'est qu'il existait au Canada anglais également une certaine proportion de la population qui préférerait regarder l'émission de la station de Buffalo plutôt que de celle de Toronto. C'est par le biais d'un moyen artificiel qu'on a réussi à récupérer les auditoires canadiens.

Je pense qu'il serait surprenant d'apprendre combien de gens de Toronto choisissent l'émission de Buffalo quand, tout à coup, par le jeu de la substitution simultanée, on se retrouve à une station de Toronto. Et on verrait que le même pourcentage de personnes intéressées par les stations américaines, pour régler le problème des stations américaines, est égal au nombre de francophones qui regardent la station américaine ou anglaise. Où se trouve la différence? Chez le Canadien anglophone, il n'y a pas de perte linguistique, il y a peut-être une aliénation de la culture, mais pas de la langue. Le problème est peut-être un peu plus compliqué lorsqu'il s'agit d'un francophone; là, s'ajoute le facteur la langue.

• 1115

Mr. Caldwell: The point I am trying to make, Mr. Blain, is that if you do not give the viewers of Montreal or French-speaking Canada *Dallas* or *Dynasty* or *Designing Women* in French, will they not tend to watch the English then? Is it not a catch-22 situation?

M. Blain: Il est surprenant de constater que les émissions les plus populaires à la télévision francophone sont des émissions produites au Québec: les téléromans, les émissions de variétés. Les émissions américaines percent. Actuellement, on peut dire que *Dynastie*, pour les stations du Réseau TVA, est une des grandes émissions. Mais, parmi les 25 émissions les plus populaires au Québec, non pas exclusivement au Réseau TVA, mais les plus populaires au Québec à Radio-Canada ou à TVA, au moins 20 sur 25 sont des émissions produites au Québec.

Le transfert d'auditoire se produit dans des cas bien particuliers. Je pense, par exemple, à un *Superbowl*; c'est

[Translation]

habitudes télévisuelles des francophones, dans la production d'émissions et toutes sortes d'autres choses. Les chiffres que l'on nous a donnés sur les habitudes d'écoute à Montréal indiquent que près de 60 p. 100 des téléspectateurs regardent les stations de langue française, près de 15 p. 100 les stations américaines transmises directement ou par câble et près de 20 p. 100 les stations de langue anglaise. Cela n'a guère évolué durant les dernières années. Pensez-vous que cela doit changer à l'avenir?

Mr. Blain: Yes. I believe that Quebec, as Mr. Delaney has mentioned earlier, is a region where people have a great choice of TV signals, both in English and in French. If you add to this wide choice the fact that many Quebecers are bilingual, it should be expected that a portion of the French-speaking audience will tune into English broadcasts. However, we should not overdramatize the situation. We should remember that the reason the CRTC implemented the policy of simultaneous substitution was that in English Canada too a given percentage of the population preferred watching the Buffalo station rather than the Toronto station. This artificial means has been used to bring back the Canadian audience.

I think it would be surprising to hear how many people in Toronto choose the Buffalo signal when all of a sudden, through simultaneous substitution, this same program becomes available on a Toronto station. And we would find that the percentage of anglophone viewers tuning in to American stations is about equal to the percentage of francophones who watch an English or American station. What is the difference? In the case of the English-speaking Canadian, there is no loss of language, maybe a loss of culture but not of language. The problem may be a little bit more complicated when the viewer is a francophone, where language becomes a factor.

M. Caldwell: Ce que j'essaie de dire, monsieur Blain, c'est que si vous n'offrez pas aux téléspectateurs francophones de Montréal ou d'ailleurs *Dallas* ou *Dynasty* ou *Designing Women* en français, n'auront-ils pas tendance à les regarder en anglais? Est-ce que ce n'est pas un cercle vicieux?

Mr. Blain: It is surprising to see that the most popular programs on French TV are produced in Quebec: our soap operas, our entertainment programming. American shows are important too. At the present time, one of the most popular programs on our network is *Dynasty*, but of the 25 most popular programs in Quebec as a whole, whether on Radio-Canada or TVA, at least 20 out of 25 are produced in Quebec.

Audience transfer happens in some very specific cases. I am thinking, for example, of the *Superbowl*, which is

[Texte]

une émission vraiment exceptionnelle. C'est le cas aussi de certaines émissions de variétés avec de grandes vedettes américaines; ces émissions sont difficilement adaptables au marché francophone. Les auditeurs bilingues ont l'occasion, ou sont tentés, de les regarder.

Mr. Caldwell: I do not want to press this. I am not trying to get you to say things that are not true. This is just from my own feeling, that really you are not offering them a great deal of American programming at the present time. Will there be a trend to offer them more with the success of *Dynasty*, for example, which is number one on your particular stations? Now, sitting in your position, would you not say you would like to offer them more American programming and have more number one programs? You do not seem to feel that is going to happen.

M. Blain: Monsieur Caldwell, je peux vous dire que, parmi les 10 premières émissions au Canada français actuellement, il y a *Dynastie*. Suivent ensuite les six ou sept téléromans produits au Québec. L'intérêt pour les productions québécoises domine. Il y aura bien un *Dynastie* de temps à autres, mais la grande majorité des émissions les plus populaires au Québec sont des émissions produites au Québec. C'est ce qui incite les producteurs, que ce soit la Société Radio-Canada ou Télé-Métropole, à produire de plus en plus de ces téléromans qui vont chercher des cotes d'écoute vraiment exceptionnelles.

Mr. Caldwell: Okay. I have these ratings here, and I am pleased to say I am not familiar with *Chop Suey*, for example—

M. Blain: C'est un téléroman de TVA.

Mr. Caldwell: —which is number two. How much would it cost you to produce an episode of *Chop Suey* versus buying an episode of *Dynasty*? What would the prices be?

M. Blain: Il s'agit là d'une production de Télé-Métropole et non pas du Réseau TVA. Je ne peux malheureusement pas vous donner de prix. D'après mon moi, *Chop Suey* qui est d'une durée d'une demi-heure, doit coûter sûrement plus cher que *Dynastie* qui dure une heure.

Mr. Caldwell: Can you give us a ballpark figure?

M. Blain: M. Gilles Vinet représentera Télé-Métropole demain. Le Comité pourra alors lui poser la question.

Mr. Caldwell: Do you think it would be twice as much?

M. Blain: C'est fort possible, oui.

Mr. Caldwell: You were listening when Mr. Delaney was here, talking about the CBC and the problems they are having financially, which is the worry of whether you are private or whether you are public. What do you think about the role of Radio-Canada? Where should they be going in the future versus...? As you say, there is an evolution in private broadcasting. You are doing very well, because you are buying shows like *Chop Suey*. Is the

[Traduction]

really an exceptional case. It also happens with some entertainment shows featuring big American stars; those programs cannot be readily adapted to the francophone market. Bilingual viewers are able or are tempted to watch them.

M. Caldwell: Je ne veux pas trop m'attarder là-dessus. Je n'essayais pas de vous faire dire des choses qui ne sont pas vraies. J'ai simplement l'impression que vous ne leur offrez pas à l'heure actuelle un grand nombre d'émissions américaines. Est-ce que vous aurez tendance à en diffuser davantage, vu le succès de *Dynasty*, par exemple, qui est l'émission la plus populaire de votre réseau? Ne diriez-vous pas, étant donné votre situation, qu'il faudrait leur offrir davantage d'émissions américains, davantage d'émissions vedettes? Vous ne semblez pas considérer que cela va devenir le cas.

Mr. Blain: Mr. Caldwell, I can tell you that *Dynasty* is among the 10 top rated programs in French Canada at the present time, but it is followed by six or seven soap operas produced in Quebec. Quebecer productions are dominant. You will always have a *Dynasty* from time to time, but the vast majority of the most popular shows in Quebec are produced in the province. This is what encourages producers, such as *Radio-Canada* and *Télé-Métropole* to produce more and more of these series which bring in really exceptional BBM ratings.

M. Caldwell: D'accord. J'ai les cotes ici and je peux vous dire que je ne connais pas du tout *Chop Suey*, par exemple.

Mr. Blain: It is a TVA series.

M. Caldwell: Qui est coté en deuxième position. Combien vous en coûte-t-il de produire un épisode de *Chop Suey*, par comparaison à l'achat d'un épisode de *Dynasty*? Quels sont les chiffres?

Mr. Blain: *Chop Suey* is a Télé-Métropole production, not a network production. I am sorry but I do not know the cost. I think *Chop Suey*, which lasts half an hour, costs quite a bit more than *Dynasty*, which lasts one hour.

M. Caldwell: N'avez-vous pas un chiffre approximatif?

Mr. Blain: Mr. Gilles Vinet of Télé-Métropole will be here tomorrow. You could put the question to him.

M. Caldwell: Pensez-vous que ce serait le double?

Mr. Blain: It is quite possible, yes.

M. Caldwell: Vous étiez là lorsque M. Delaney a parlé de la SRC et des problèmes financiers qu'elle connaît. Le financement est un problème pour les stations privées comme pour les stations publiques. Que pensez-vous du rôle de Radio-Canada? Que devraient faire ces stations à l'avenir? Comme vous dites, le secteur privé évolue. Vous vous en tirez très bien car vous achetez des émissions telles que *Chop Suey*. Est-ce que l'on a encore autant

[Text]

role of Radio-Canada as needed as it was 10 or 15 years ago?

[Translation]

besoin de Radio-Canada aujourd'hui qu'il y a 10 ou 15 ans?

• 1120

M. Blain: Je pense que le Canada a un système de diffusion qui fait probablement envie à plusieurs autres pays. L'existence, côte à côte, du secteur privé et du secteur public, à mon avis, est une source de stimulations pour les deux secteurs.

Bien sûr, à l'occasion, le secteur privé est tenté de reprocher à la société gouvernementale ses sources de financement qui ne viennent pas toujours de la vente de publicités. Mais, si on examine la situation plus en profondeur, les deux ont un rôle à jouer. Plus on pourra déterminer le rôle du secteur privé et celui de la société d'État, plus on pourra distinguer ces deux mandats et ces deux rôles pour qu'ils arrivent à se compléter au lieu de rivaliser continuellement pour la même part d'auditoire, et mieux l'auditoire canadien sera servi.

C'est, en résumé, l'impression que j'aimerais vous laisser. Il y a de la place pour les deux, mais ils ne devraient pas nécessairement être compétiteurs dans le même champ d'activités; ils devraient avoir des mandats beaucoup mieux définis, pour être complémentaires et pouvoir offrir un éventail de programmations plus vaste aux Canadiens.

Mr. Caldwell: At what point do we get into unfair competition? If the government had the money to appropriate more money to *Radio-Canada* and the CBC, where would it start to affect your operation? How much money can governments put in? You also have Radio-Québec in competition now. If they start pumping more money in, can the private sector compete against the public, and to what extent?

M. Blain: Le secteur privé reçoit son financement, en grande partie, de la vente de ses émissions de divertissement. Il y a peu de revenu à obtenir d'émissions d'affaires publiques ou d'informations, en général. Et peu importe le montant que la Société Radio-Canada investit dans une émission de variétés, si la Société demande le juste prix pour récupérer le coût de l'investissement; ce que nous devons faire dans l'entreprise privée. Nous ne pouvons pas produire indéfiniment des variétés ou des téléromans à perte, nous n'aurions plus de raison d'exister. Si la compétition demeure dans ce domaine, on peut l'accepter.

Mr. Caldwell: One of the major money-makers for the private networks or the private stations is their newscasts. That is hopefully one of the major areas where you can get your advertising revenue from. If you have the CBC in competition on a newscast, and they have unlimited resources paid for by the federal government, is that not creating an unfair situation for you people? In other words, you simply cannot keep up. And while I am at it, would you compare your newsroom here in Montreal to

Mr. Blain: I believe Canada has a broadcasting system which is the envy of many foreign countries. The existence, side by side, of a private sector and of a public sector is a stimulant for both, in my view.

Of course, at times, the private sector is tempted to blame the public network for having access to financial resources which do not always come from sales of advertising time. But if you look at it closely, you will see that both have a role to play. The better we can define the role of the private sector and that of the public corporation, the better we will be able to distinguish between these two mandates so as to make them complementary rather than in competition with each other for the same audience and the better Canadians will be served.

This is the message I would like to leave with you. There is room for both but they should not necessarily compete in the same area of activity; their mandates should be much better defined in order to complete each other and to enable them to offer a broader range of programming to Canadians.

M. Caldwell: A quel moment la compétition devient-elle inéquitable? Si le gouvernement avait les moyens d'accorder davantage de crédits à Radio-Canada et à la CBC, à partir de quel moment cela affecterait-il votre viabilité? Combien de crédits les pouvoirs publics peuvent-ils injecter? Vous avez maintenant également la concurrence de Radio-Québec. Si le gouvernement provincial commence à y injecter davantage d'argent, le secteur privé pourra-t-il rester compétitif?

Mr. Blain: The private sector gets its financing largely from the sale of entertainment shows. There is very little revenue from public affairs or news broadcasts, on the whole. It does not matter how much CBC invests in an entertainment show, provided it charges a rate high enough to recover the cost, as we have to do in the private sector. We cannot continue indefinitely producing entertainment shows or soap operas at a loss, because we would be out of business. If competition remains on those terms, we can live with it.

M. Caldwell: L'une des principales sources de revenus des stations ou réseaux privés sont les émissions d'informations. C'est sans doute l'un des grands domaines d'où vous viennent vos recettes publicitaires. Si vous êtes en concurrence avec Radio-Canada pour vos journaux télévisés, et que cette dernière a des ressources illimitées qui lui sont apportées par le gouvernement fédéral, est-ce que cela ne crée pas une concurrence injuste? Vous ne pourrez plus suivre. Pendant que j'y suis, pourriez-vous

[Texte]

the CBC's newsroom? Which is the best equipped? Which is doing the better job?

M. Blain: Ne confondons pas. On peut comparer l'équipement technique, la compétence des membres du personnel d'une salle de nouvelles ou son nombre de personnes, mais, dans la région métropolitaine, le bulletin de nouvelles de la station associée du Réseau TVA, Télé-Métropole à Montréal, est plus écouté que le bulletin de nouvelles de la Société Radio-Canada. Quelle en est la raison? Est-ce le choix des nouvelles ou la façon dont les nouvelles sont données? Ce n'est sûrement pas à cause d'une plus grande disponibilité d'équipements techniques. L'industrie privée, dans le secteur des communications ou dans tout autre secteur, a toujours dû faire beaucoup plus appel à ses ressources d'invention, d'ingéniosité que l'entreprise d'État, cela dit sans méchanceté. Les sociétés de la Couronne, en règle générale, n'ont pas toujours été aussi efficaces ou productives que des sociétés semblables dans le secteur privé. On ne peut pas reprocher le financement. Ce sont deux choses séparées.

• 1125

Mme Finestone: À la page 7, vous dites ceci:

Ainsi, par exemple, les stations associées TVA, au cours de la présente saison, diffusent entre 50 et 55 p. 100 de contenu canadien entre les heures de 19 heures à 23 heures.

Félicitations! Vous êtes un des rares à arriver à ce chiffre-là.

Vous n'avez pas produit *Chop Suey*, vous n'avez pas investi dans cette série, mais vous l'avez achetée de Télé-Métropole. Ai-je bien compris?

M. Blain: Non, madame. Dans les sondages, que je n'ai pas vus. . .

Mme Finestone: C'est dans une revue populaire.

M. Blain: On attribue souvent à TVA la paternité d'émissions qui. . .

Mme Finestone: Ce n'est pas ce que j'ai dit, monsieur Blain. J'ai dit que Télé-Métropole avait produit *Chop Suey*. Oui ou non?

M. Blain: C'est cela.

Mme Finestone: Vous l'avez achetée?

M. Blain: Non, madame.

Mme Finestone: Mais qu'est-ce que vous avez dit? Cela fait partie intégrante de vos relations. . .

M. Blain: Mais non, madame, je n'ai jamais dit cela. J'ai dit que *Chop Suey* était une émission diffusée sur les 10 stations du réseau TVA, mais ce n'est pas une émission du réseau TVA. Le réseau TVA est un réseau d'information, d'émissions de nouvelles et d'affaires publiques auxquelles s'ajoutent des émissions de sport, par exemple *Le Canadien*.

L'émission *Chop Suey* est produite par Télé-Métropole à Montréal, qui vend directement cette émission-là aux

[Traduction]

comparer votre salle de rédaction ici à Montréal à celle de Radio-Canada? Laquelle est la mieux équipée? Laquelle fait un meilleur travail?

Mr. Blain: Let us not mix things up. You can compare technical equipment, the expertise of the staff in a newsroom or the number of employees, but in the metropolitan Montreal area, the newscasts of the TVA associate, Télé-Métropole, get better ratings than *Radio-Canada's* newscasts. Why? Is it the choice of news or the way it is presented? It is certainly not due to better technical equipment. Private industry, in communications as in other fields, has always had to rely more on inventiveness and ingenuity than Crown corporations. And I say that without any malice. Generally speaking, Crown corporations have not always been as efficient or as productive as similar private corporations. We cannot bring in the financing. These are two separate points.

Mrs. Finestone: You say on page 7:

This season, for example, TVA's associate stations are broadcasting between 50% and 55% Canadian content between 7 p.m. and 11 p.m..

Congratulations! You are one of the few with such a high Canadian content figure.

You did not produce the series *Chop Suey*, you did not invest in it, but, if I understood correctly, you purchased it from Télé-Métropole.

Mr. Blain: No. The surveys, which I have not seen. . .

Mrs. Finestone: It was in a popular magazine.

Mr. Blain: TVA is often credited with producing programs that. . .

Mrs. Finestone: That is not what I said, Mr. Blain. I said that Télé-Métropole produced *Chop Suey*. Is that correct or not?

Mr. Blain: That is correct.

Mrs. Finestone: You bought it?

Mr. Blain: No, Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: But what did you say? It is an integral part of your relations. . .

Mr. Blain: No, no, I never said that. I said that *Chop Suey* was a program broadcast on TVA's 10 stations, but it is not a TVA network program. The TVA network is an information, news and public affairs network, which also shows some sports programming, such as the Montreal Canadiens' hockey games.

The program *Chop Suey* is produced by Télé-Métropole in Montreal, which sells this program

[Text]

autres stations. Il se trouve que toutes les stations diffusent cette émission à la même heure, le même jour. Cependant, le fait qu'elle soit diffusée à la même heure et le même jour n'en fait pas automatiquement une émission TVA.

Mme Finestone: Mais qui paie cette émission, monsieur Blain?

M. Blain: Eh bien, Télé-Métropole la produit, paie les frais de production et la vend aux autres stations.

Mme Finestone: Et les stations du réseau qui l'ont achetée. . .

M. Blain: Les neuf stations l'ont achetée, madame. Alors, *Chop Suey* est produit par Montréal, et les neufs autres stations. . .

Mme Finestone: Je ne veux commencer toute une discussion. On est en train d'examiner les coûts de production de Radio-Canada comparativement à ceux du secteur privé, anglais et français, et à ceux de l'achat d'émissions américaines.

J'aimerais que vous me donniez par écrit la différence entre le coût d'achat pour le réseau TVA de *L.A. Law*, *Dallas*, *Dynasty* ou *Kate and Allie* et le coût d'achat de *Chop Suey*. Ainsi, nous serons en mesure de faire une comparaison. Votre réponse sera gardée confidentielle, et elle aidera notre équipe à prendre une décision éclairée pour qu'on puisse arriver à une politique éclairée. D'accord?

M. Blain: Parfait, madame.

Mme Finestone: Merci bien. Cela dit, j'aimerais savoir comment il se fait que TVA ne soit pas impliqué dans la production de dramatiques et d'émissions de divertissement. Quelle est votre contribution au secteur dramatique, au contenu canadien?

M. Blain: Pour bien comprendre le fonctionnement du réseau TVA, il faut revenir à 1971.

• 1130

Il y avait une station indépendante à Montréal, une station indépendante à Chicoutimi et une station indépendante à Québec. Les stations de Chicoutimi et de Québec achetaient des émissions produites par la station de Montréal, mais chacune avait un petit bulletin de nouvelles régionales en fin de soirée. Ces trois stations-là se sont réunies et se sont dit: Au lieu d'avoir chacune un petit budget, pourquoi ne mettrions-nous nos ressources en commun? On pourrait peut-être avoir un correspondant au Parlement d'Ottawa et un correspondant au Parlement de Québec, et ce serait mieux. C'est ainsi que le réseau a commencé. Le réseau TVA est né du besoin des stations d'avoir de meilleurs bulletins d'informations pour couvrir les nouvelles nationales, internationales et ainsi de suite.

Dans le cas des émissions d'affaires publiques, cela a été la même chose. C'est facile pour notre associé à Ottawa de téléphoner à un ministre ou à un député de l'Opposition officielle pour lui offrir de passer en ondes au Québec. Imaginez ce qui se passerait si la même

[Translation]

directly to other stations. It happens that all the stations broadcast the program at the same time on the same day. However, this fact does not automatically make the program a TVA production.

Mrs. Finestone: But who pays for the program, Mr. Blain?

Mr. Blain: Well, Télé-Métropole produces it, pays the production costs and sells it to other stations.

Mrs. Finestone: And the network stations that bought it. . .

Mr. Blain: All nine stations bought it, Mrs. Finestone. So, *Chop Suey* is produced by the Montreal station, and the other nine stations. . .

Mrs. Finestone: I do not want to get into a big discussion here. We are looking at the Canadian Broadcasting Corporation's production costs compared to those of the private sector, in both English and French, and at the cost of buying American programs.

I would like to give me in writing the difference in the cost paid by TVA for programs such as *L.A. Law*, *Dallas*, *Dynasty* or *Kate and Allie*, and the cost you pay for in *Chop Suey*. Then we could make some comparisons. Your answer will be kept confidential, and it will help our committee make an enlightened decision so that we can come up with an intelligent policy. All right?

Mr. Blain: Fine.

Mrs. Finestone: Thank you very much. I would like to know why it is that TVA is not producing dramas or entertainment programming. What is your contribution to drama production, to Canadian content?

Mr. Blain: We have to go back to 1971 in order to properly understand how TVA operates.

There was an independent station in Montreal, Chicoutimi and Quebec City. The stations in Chicoutimi and Quebec City bought programs produced by the Montreal station, but each one had a regional newscast late in the evening. These three stations got together and decided that rather than having a small budget each, they would pool their resources. They decided they could have a Parliamentary correspondent in Ottawa and one in Quebec City, and that this would be a better approach. That is how the network got started. TVA was created because the stations needed better national, international and other news coverage.

The same was true of public affairs programming. It is easy for our associate in Ottawa to call up a Minister or a Member of the official opposition and offer him a chance to appear on Quebec television. Imagine what would happen if the same request were made by a small station,

[Texte]

demande était faite par une petite station comme celle de Rivière-du-Loup. Le ministre ne peut pas être à 50 endroits en même temps. Alors, cela nous a permis d'avoir des émissions d'affaires publiques de meilleure qualité.

Tout ce qui est vraiment nécessaire pour offrir un meilleur service aux stations—cela comprend l'information nationale et internationale, les affaires publiques québécoises ou nationales—est de la responsabilité du réseau, parce qu'il est essentiel qu'on aie cela. Mais en ce qui concerne le divertissement, les stations peuvent faire directement affaire avec le producteur, soit Télé-Métropole. Pourquoi mettre un intermédiaire dans le processus? Cela ne ferait que compliquer la chose.

Les stations achètent leurs émissions de divertissement directement du producteur, et elles peuvent l'acheter de n'importe quel producteur. Télé-Métropole n'est pas le fournisseur exclusif d'émissions de divertissement.

Mme Finestone: J'ai tout compris cela. D'ailleurs, vous l'avez expliqué auparavant. Je n'ai pas voulu vous interrompre. Chaque personne ici au Canada qui détient une licence de télédiffuseur a également certaines responsabilités. Vous avez trouvé une formule bien efficace qui, en fin de compte, devient rentable.

Passons maintenant à la question du contenu canadien. Beaucoup se plaignent du fait qu'on n'a pas assez de productions dramatiques ou de divertissement. Les comédiens et comédiennes du Québec se plaignent parce qu'ils ne sont pas en mesure de gagner leur vie. En tant que réseau, vous avez certaines responsabilités, à savoir utiliser le talent que l'on a ici, au Québec. Seule la station Télé-Métropole fait de la production. Quel investissement devriez-vous faire pour avoir une licence vous permettant de fonctionner en tant que téléproducteur?

M. Blain: Madame Finestone, présentement. . .

Mme Finestone: Je ne parle pas seulement des nouvelles.

M. Blain: Nous avons reçu du CRTC une licence pour produire de l'information et des affaires publiques. Le CRTC est parfaitement au courant que le réseau TVA n'est pas un réseau qui s'intéresse au divertissement.

En ce qui concerne les émissions du réseau TVA, les émissions d'informations, d'affaires publiques et de sports à l'occasion, je peux vous dire que nous avons un contenu canadien de 95 p. 100 ou 98 p. 100. C'est le domaine pour lequel nous avons une licence.

Mme Finestone: Je vais passer à autre chose. Quelle est la relation entre TVA et le réseau Pathonic? Comme six de vos 10 stations sont aussi des stations du réseau Pathonic, comment cela fonctionne-t-il quand vous bâtissez un réseau à l'intérieur de votre réseau?

M. Blain: Le réseau Pathonic est propriétaire de quatre stations associées au réseau TVA. En tant que propriétaire, le réseau Pathonic a une voix au chapitre. Il n'a pas quatre voix, mais une. Deux autres stations font

[Traduction]

such as the one in Rivière-du-Loup. The Minister cannot be in fifty places at the same time. So the arrangement we worked out allowed us to present higher quality public affairs programming.

All that is really necessary to offer stations better service—and here I am thinking of national and international news, Quebec and national public affairs—is network responsibility, because we must have that. As far as entertainment programming goes, the stations can deal directly with the producer, Télé-Métropole. Why should we introduce an intermediary? That would only complicate things.

Stations buy their entertainment programs directly from the producer, and they can buy them from any producer at all. Télé-Métropole is not the exclusive supplier of entertainment programming.

Mrs. Finestone: I understand all that. You in fact explained it before. I did not want to interrupt you. Every individual in Canada with a broadcasting license also has some responsibilities. You found a very effective arrangement, which, in fact, has become cost effective.

Let me now turn to the question of Canadian content. Many people complain that there are not enough dramas or entertainment programs. Quebec actors and actresses complain that they cannot earn a living. As a network, you do have some responsibility to use local Quebec talent. Only Télé-Métropole produces any programs. How much would you have to invest to have a license that would allow you to produce television programs?

Mr. Blain: At the present time, Mrs. Finestone. . .

Mrs. Finestone: I am not talking about news only.

Mr. Blain: We got a license from the CRTC to produce information and public affairs programming. The CRTC is well aware that TVA is not interested in entertainment programming.

I can tell you that TVA's information, public affairs and sports programming has a Canadian content of 95% to 98%. These are the fields for which we were given a license.

Mrs. Finestone: I will move onto another subject. What is the relationship between TVA and the Pathonic network. Since six of your ten stations are also part of the Pathonic network, what happens when you set up a network within your own network?

Mr. Blain: The Pathonic network owns four of TVAs associate stations. As the owner, the Pathonic network does have a say in what goes on. It does not have four votes, it has one. Two other stations are also part of the

[Text]

également partie du réseau Pathonic: la télévision Baie des Chaleurs, CHAU-TV, une compagnie séparée qui a une voix au chapitre, et Télé Inter-Rives Ltée de Rivière-du-Loup, qui a également une voix au chapitre.

• 1135

Les quatre stations du réseau Pathonic, Rivière-du-Loup et CHAU, ont chacune une voix au conseil d'administration qui détermine quelles seront les émissions de TVA. À part les émissions d'informations, d'affaires publiques et de sports de TVA, il y a un certain nombre d'émissions de divertissement produites par Pathonic qui sont distribuées aux six stations.

Mrs. Finestone: That is what you should have said in the first place.

M. Blain: Il existe en effet un réseau à l'intérieur d'un réseau.

Mme Finestone: Donc, le réseau Pathonic vous alimente en émissions de divertissement.

M. Blain: Il peut alimenter toutes les stations. C'est la même chose que Baton Broadcasting qui est propriétaire de quatre ou cinq stations. Il vient d'obtenir la station d'Ottawa. Ils vont faire des coproductions avec Toronto, Ottawa et les stations de l'Ouest, et toutes ces stations font partie du réseau CTV. C'est aussi un réseau à l'intérieur d'un réseau.

Mme Finestone: Oui, mais ils ont l'obligation de produire autre chose que des émissions de nouvelles et de sport. Ils sont obligés de produire un contenu canadien.

M. Blain: Les stations du réseau TVA ont également l'obligation de produire du contenu canadien en plus des nouvelles locales et régionales. Le réseau Pathonic fait environ 50 heures de production locale par semaine. Il fait donc des émissions de divertissement.

Mme Finestone: Donc, ce réseau Pathonic, qui est en train de se bâtir à l'intérieur du réseau TVA, est aussi alimenté de l'autre côté par Télé-Métropole.

M. Blain: Par le réseau TVA. C'est compliqué, madame.

Mme Finestone: Oui, c'est très compliqué.

M. Blain: Il nous a fallu 15 ans pour faire comprendre au CRTC de quelle façon on envisageait les choses. Trop souvent, on veut que tous les réseaux soient comme les réseaux américains, comme CTV ou comme CBC. Nous, on a trouvé une petite formule. On est seulement cinq millions, mais cela marche, notre affaire. Pourquoi veut-on nous mettre dans une case carrée parce que tous les réseaux canadiens ont des cases carrées? Nous, on a une case ronde, mais cela marche, notre affaire. Quel est le problème?

Mme Finestone: Il n'y a pas de problème, monsieur Blain.

M. Blain: Voilà!

Mme Finestone: Donc, la réponse est au numéro 7 de la page 3 de votre présentation?

[Translation]

Pathonic network: Baie des Chaleurs television, CHAU-TV, a separate company that has a vote, and Télé Inter-Rives Ltée in Rivière-du-Loup, which also has a vote.

The four Pathonic network stations, as well as the ones in Rivière-du-Loup and CHAU, have a vote at the meeting of the board where decisions are made about TVA's programming. With the exception of TVA's news, public affairs and sports programming, there are a number of entertainment programs produced by Pathonic that are distributed to the six stations.

Mme Finestone: C'est la réponse que vous auriez dû me donner au départ.

Mr. Blain: There is in fact a network within a network.

Mrs. Finestone: So the Pathonic network supplies you with entertainment programs.

Mr. Blain: It can supply all the stations. It is the same as Baton Broadcasting, which owns four or five stations. It just got the Ottawa station. They are going to do some co-productions with Toronto, Ottawa and some western stations, and all these stations are part of the CTV network. That is also a case of a network within a network.

Mrs. Finestone: Yes, but they must produce programming other than news and sports. They have to produce Canadian content.

Mr. Blain: TVA's stations also have to produce Canadian content programming as well as the local and regional news. The Pathonic network does about 50 hours of local production a week, so it does produce some entertainment programs.

Mrs. Finestone: So Pathonic, which is in the process of becoming a network within the TVA network, is also obtaining programs from Télé-Métropole.

Mr. Blain: Through the TVA network. It is a complicated process, Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: Yes, very complicated.

Mr. Blain: It took us 15 years to get the CRTC to understand what we had in mind. Too often, people want the networks to all be like the American networks, CTC or the CBC. We found our own solution. There are only five million of us, but our approach is working. Why do people want to pigeonhole us the same way they pigeonhole all other Canadian networks? We are different, but we are successful. What is the problem?

Mrs. Finestone: There is no problem, Mr. Blain.

Mr. Blain: Right!

Mrs. Finestone: So the answer can be found in point seven on page three of your brief?

[Texte]

M. Blain: Je pense que oui, madame. C'est une chose que les télédiffuseurs francophones disent depuis longtemps. Il y a longtemps, le gouvernement disait: On a sauvé l'industrie canadienne en donnant la substitution simultanée; enfin, les Canadiens ne pourront plus regarder des émissions américaines.

On a réglé le problème des anglophones. On n'a jamais réglé notre problème. À force de répéter à quiconque veut l'entendre que la substitution simultanée n'est pas la solution pour les francophones, on arrive à des paragraphes comme celui-là. Il y a peut-être une façon différente d'aborder la télévision francophone, parce qu'ils sont cinq millions et n'ont pas la même langue.

Cela m'encourage de voir que le Groupe de travail, le CRTC et, je l'espère, votre Comité sont conscients qu'il y a des différences et qu'il faut toujours faire attention quand on fait une loi générale. De deux choses l'une: ce qui peut être bon pour un secteur de la télévision canadienne peut être mauvais pour l'autre, ou ce qui peut être bon pour un secteur n'a peut-être aucune valeur pour l'autre secteur. C'est important.

• 1140

Mme Finestone: Vous avez sans doute noté, monsieur Blain, que notre Comité a dit à la ministre qu'il croyait, exactement comme vous, que la spécificité de ce réseau devait être reflétée dans certaines circonstances dans les directives et que le CRTC devait en tenir compte. Êtes-vous satisfait de la position du Comité à ce sujet?

M. Blain: On l'apprécie grandement, madame, parce que c'est l'aboutissement de longues années de démarches de la part des télédiffuseurs francophones.

Mme Finestone: Si je vous ai demandé une précision, c'est parce que vous parlez dans votre texte du Groupe de travail et du chapitre 8 du rapport. Nous, nous avons adopté une autre position. On a étudié cette position-là et on a adopté une position du même genre, mais plus orientée vers le CRTC. Je voulais m'assurer que vous l'aviez lue et que vous étiez d'accord.

M. Blain: Le fait qu'elle soit orientée vers le CRTC et que le CRTC soit déjà conscient de la spécificité de la télévision francophone nous rassure grandement.

Mme Finestone: Merci bien.

Le président: Merci, madame Finestone. Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Blain, le budget des réseaux d'État, Radio-Canada et CBC, est de près d'un milliard de dollars par année, soit 850 millions de dollars. Le secteur privé ne bénéficie pas de subventions gouvernementales. Comment faites-vous? Qu'est-ce qu'on fait quand on est une station privée qui doit fonctionner avec la même clientèle pour réussir à se financer? Quelle est la différence entre votre façon de fonctionner et celle

[Traduction]

Mr. Blain: I think so, Mrs. Finestone. That is something francophone broadcasters have been saying for a long time. Years ago the government maintained that simultaneous substitution had saved the Canadian industry and that finally Canadians would no longer be able to watch American programs.

The problem was solved for anglophones. Our problem was never solved. Paragraphs such as to the one to which you referred come from years of repeating to whoever would listen that simultaneous substitution is not the solution for francophones. There may be a different way of dealing with the problem facing French-language television, because there are five million francophone television viewers and they speak a different language.

I am encouraged to see that the task force, the CRTC and, I hope, your committee, realize that there are differences and that we must always proceed with caution when we make a general law. What may be good for one sector of Canadian television may either be bad for the other or of no value to it. That is an important point.

Mrs. Finestone: I am sure you have noticed, Mr. Blain, that our committee told the minister that, like you, it thinks the unique features of the network should be reflected in certain circumstances in the directives, and that the CRTC should take these into account. Are you satisfied with the committee position in this regard?

Mr. Blain: We appreciate it very much, Mrs. Finestone, because French-language broadcasters have been working to achieve this for many years.

Mrs. Finestone: The reason I ask for clarification is that your brief refers to the task force and to chapter 8 of the report. We took a different position. We took a position similar to that of the task force, but with more emphasis on the CRTC. I just wanted to make sure that you had read it and agreed with it.

Mr. Blain: The fact that your position places more emphasis on the CRTC, and that the CRTC is already aware of the unique features of French-language television, is very reassuring to us.

Mrs. Finestone: Thank you very much.

The Chairman: Thank you, Mrs. Finestone. Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Blain, the budget of Radio-Canada and the CBC is close to \$1 billion a year, \$850 million to be precise. The private sector does not receive any funding from government. How do you manage? How do private stations, which serve the same client group, manage to become self-financing? What is the difference between the way you operate and the way Radio-Canada operates? Radio-Canada is very expensive,

[Text]

de Radio-Canada? Radio-Canada coûte très cher alors que vous, vous réussissez à faire vos frais et à faire des profits. Quelles sont les grandes différences?

M. Blain: Les deux sortes de télévision ont pour premier objectif d'offrir aux téléspectateurs ce qu'ils désirent. Nécessairement, la télévision privée n'ayant d'autres ressources financières que la vente de temps d'antenne, doit ajuster constamment le tir de sa programmation pour rejoindre le plus grand nombre possible de téléspectateurs. Au plus grand nombre de téléspectateurs se rattache la vente de messages commerciaux.

Ma perception de Radio-Canada est celle-ci. M. Delaney ou quelqu'un d'autre de Radio-Canada pourra bien vous donner sa version du mandat de la Société Radio-Canada, mais quant à moi, ce mandat est un mandat plus vaste, qui peut comprendre la production de certaines émissions de qualité importantes, mais qui n'ont peut-être pas le même succès au niveau des cotes d'écoute et des ventes commerciales. Cela peut expliquer en partie pourquoi cela coûte plus cher à Radio-Canada. Il y a peut-être certaines émissions de qualité qui sont produites, mais qui n'ont pas un succès d'auditoire fantastique et qui coûtent cher.

M. Blackburn (Jonquière): La publicité vendue par Radio-Canada et celle que vous, vous vendez ont-elle le même contenu en termes de minutes par heure?

M. Blain: Oui. Le maximum permis est 12 minutes à l'heure.

M. Blackburn (Jonquière): Est-ce que les prix sont différents? Comment se comparent 30 secondes achetées au réseau de Radio-Canada à 30 secondes achetées au réseau TVA?

M. Blain: La différence dans les montants est plutôt attribuable à la cote d'écoute. Le temps de publicité dans une émission rejoignant deux millions de téléspectateurs se vend deux fois plus cher que dans le cas d'une émission rejoignant un million de téléspectateurs. Si on compare deux émissions rejoignant deux millions de téléspectateurs, du côté réseau—je ne parle pas du côté local ou régional, mais du côté réseau—, les cartes de tarif des stations TVA et celle de la Société Radio-Canada sont sans doute à peu près les mêmes.

• 1145

M. Blackburn (Jonquière): Avez-vous beaucoup plus d'émissions à forte cote d'écoute que Radio-Canada?

M. Blain: Si je prends comme barème le marché de Montréal où, depuis bon nombre d'années, la station associée TVA, Télé-Métropole, a un plus haut pourcentage d'émissions populaires que Radio-Canada, je peux dire oui.

M. Blackburn (Jonquière): Dans une grande proportion?

M. Blain: C'est peut-être 60:40, ou quelque chose du genre, mais pas plus. Tout dépend des sondages. Il y a plusieurs sondages. Parfois c'est 23 émissions sur 25, et

[Translation]

whereas you not only break even, but actually make a profit. What are the major differences?

Mr. Blain: The main objective of private and public television is to offer viewers what they want. Since private television can only obtain its financing by selling air time, it must constantly adjust its programming to attract as many viewers as possible. More viewers means more advertising revenue.

I will give you my opinion about Radio Canada. Mr. Delaney or someone else from the corporation can certainly give you their version of the CBC's mandate, but personally, I think it is broader, and may include the production of some high-quality programs, which may not be as successful from the point of view of ratings or advertising revenue. This is part of the reason why the CBC is more expensive to run. It may produce some high-quality programs, but they are expensive and may not attract a fantastic number of viewers.

Mr. Blackburn (Jonquière): Do you and Radio-Canada sell the same number of minutes of advertising per hour?

Mr. Blain: Yes. The maximum allowed is 12 minutes an hour.

Mr. Blackburn (Jonquière): Are the costs different? What are the comparative costs for 30 seconds on Radio-Canada and 30 seconds on TVA?

Mr. Blain: The difference in the cost is determined by the ratings. Advertising time for a program watched by 2 million television viewers is twice as expensive as that for a program watched by 1 million viewers. If we compare two network programs watched by 2 million viewers—and I am not talking about local or regional programming, but about network programming—the rates for TVA stations and for *Radio-Canada* stations are probably about the same.

Mr. Blackburn (Jonquière): Do you have a lot more programs with high ratings than CBC?

Mr. Blain: Based on the Montreal market where, for a number of years, Télé-Métropole, our associate station, has had a higher percentage of popular programs than CBC, the answer is yes.

Mr. Blackburn (Jonquière): By much?

Mr. Blain: By 60:40, or something like that, not more. It all depends on surveys. There are several surveys. It is sometimes 23 programs out of 25, and other times it drops

[Texte]

parfois cela tombe à 16 émissions sur 25. Disons 20 sur 25 ou. . .

M. Blackburn (Jonquière): Si c'est 60:40, c'est dire que 60 p. 100 de vos émissions ont une cote d'écoute plus élevée que les émissions de Radio-Canada. Tout de même, la différence de revenus n'est pas élevée au point où l'autre a besoin d'énormes subventions gouvernementales. Où Radio-Canada fait-elle les grandes dépenses que vous, vous n'avez pas à faire?

M. Blain: Le problème qui se pose, c'est qu'en tant que député au Parlement, vous avez peut-être accès aux chiffres de Radio-Canada. Rares sont les gens de l'industrie privée qui ont les chiffres de Radio-Canada et de CBC. On lit, comme tout le monde, le rapport annuel du président, mais on ne voit que de petites pointes de tarte de couleur et il faut se fier à cela. Il m'est difficile de vous répondre parce que je n'ai pas les chiffres nécessaires pour vous répondre intelligemment. On pourrait faire toutes sortes de spéculations et dire que c'est peut-être ceci, que c'est peut-être cela, et un porte-parole de Radio-Canada nous dirait peut-être alors: Vous êtes complètement à côté du sujet. Il m'est difficile de parler de quelque chose que je connais mal, parce que je n'ai pas les chiffres à ma disposition.

M. Blackburn (Jonquière): Passons à la question de la fragmentation du marché. Pour l'entreprise privée, c'est sûrement quelque chose d'extrêmement important. C'est la concurrence qui est là et ce sont vos revenus qui sont menacés. Comment voyez-vous l'arrivée de Quatre Saisons et de différents réseaux du genre?

M. Blain: Lorsque Quatre Saisons a demandé sa licence, nous avons fait une représentation au CRTC à ce sujet, une représentation basée sur l'expérience des cinq dernières années des stations TVA et qui se résumait ainsi. Les budgets publicitaires pour un marché, et on peut compter les francophones comme un marché, sont reliés aux ventes au détail. Si Kellogg vend 100 boîtes de Corn Flakes, il alloue automatiquement cinq ou dix cents la boîte pour la publicité. S'il en vend 1,000, il va encore allouer 10 cents pour la publicité. C'est le même processus. Même s'il y a un nouvel intervenant francophone à la télévision, Kellogg n'investira pas 15 cents dans la publicité. Il va continuer à investir 10 cents par boîte mais, au lieu de partager cette somme entre trois intervenants francophones, TVA, Radio-Canada et Radio-Québec, il va la partager entre quatre. Le fait qu'on ajoute un signal dans un marché n'entraîne pas automatiquement un surplus dans les budgets publicitaires. Je pense que le CRTC avait ses raisons pour ne pas retenir notre façon de voir. Nous poursuivons l'exercice que nous avons entrepris lors de l'audience du Quatre Saisons. Je dois vous dire que nous n'avons pas changé d'avis. Nous affirmons toujours que l'addition d'un signal n'a pas automatiquement comme résultat l'augmentation des budgets publicitaires.

• 1150

Je comprends que le CRTC, dans le but d'équilibrer les services en français et en anglais, ait jugé nécessaire,

[Traduction]

down to 16 programs out of 25. Let us say 20 out of 25 or. . .

Mr. Blackburn (Jonquière): If it is 60:40, that means that 60% of your programs have higher ratings than CBC programs. But there is not enough difference in revenue for CBC to need huge government subsidies. What major expenses does CBC have that you do not?

Mr. Blain: As a member of Parliament, maybe you have access to CBC's figures, but within private industry very few people have access to that kind of information. Like everybody else, we read the president's annual report. But all we can see are the various colours in the pie chart and we have to go by that. It is difficult for me to give you an answer because I do not have the figures to give you an intelligent answer. We could engage in all sorts of speculation and say that it could be this or it could be that, but a CBC spokesman might tell us we are way off. It is difficult for me to talk about something that I do not know well, because the figures are not available to me.

Mr. Blackburn (Jonquière): Let us go on to the question of market fragmentation, which is certainly extremely important for private enterprise. The competition is there, and your revenues are threatened. How do you see the arrival of Quatre Saisons and of different networks of that type?

Mr. Blain: When Quatre Saisons applied for a licence, we made representations before the CRTC based on the experience of our TVA stations over the last five years, which can be summarized as follows. The advertising budget for one market—and one can consider that francophones constitute a market—are related to retail sales. If Kellogg sells 100 boxes of cornflakes, 5¢ or 10¢ per box is automatically spent on advertising. If they sell 1,000 boxes, the same amount, 10¢, will go to advertising. It is the same process. Even if there is a new French television station, Kellogg will not go to 15¢ worth of advertisements. It will continue to invest 10¢ per box, but instead of dividing that amount among three French stations, TVA, *Radio-Canada* and *Radio-Québec*, it will divide the amount among the four stations. The fact that you add a signal in a given market does not automatically mean that the advertising budgets will be increased. I think that the CRTC had its own reasons for not sharing our view. But I must tell you that we still believe in the point we were trying to make at the Quatre Saisons hearing. I still think that adding a signal does not automatically result in the increase of advertising expenses.

I can understand why, in order to strike a balance between French and English services, the CRTC has

[Text]

essentiel ou souhaitable qu'un nouveau signal francophone soit ajouté. Mais, un danger est toujours là et qui nous guette: nous ne sommes que cinq millions. On peut exporter le signal de Sherbrooke ou de Montréal, en Nouvelle-Angleterre mais ce ne sont pas les Américains qui regarderont CFTM, ce sont les francophones qui, en très grande partie, sont au Québec. Voilà le problème de la télévision francophone; voilà pourquoi on demande que nos problèmes soient reconnus bien spécifiquement. Les francophones sont cinq millions; les anglophones ont accès au marché américain, et, théoriquement, ils ont la même langue, ils peuvent adopter les mêmes vedettes comme on voit à CTV qui réalise la série *Night Heat* qui est produite pour CBS. C'est une émission canadienne dont les coûts sont absorbés par un réseau américain, c'est merveilleux! Mais, pour *Shop suey* dont on parlait tout à l'heure, je ne pense pas qu'on aura de demande de CBS ou de NBC pour le porter à l'écran! Voilà la différence. Il faut continuellement faire preuve d'ingéniosité pour produire de façon plus efficace que jamais afin de produire des émissions aussi intéressantes, pour les téléspectateurs francophones, que les émissions des réseaux américains, et ce avec des budgets nécessairement moindres. Le coût de la production est passé ultimement au client, à la compagnie qui achète un commercial. Si l'émission coûte 30,000\$ et qu'on y inclut 10 messages, chacun coûte 3,000\$ au moins pour payer la production. Mais, avec des productions trop coûteuses où le client ne trouve pas que le prix est justifié par le nombre de téléspectateurs rejoints, on tombe dans le coût par mille. Supposons, par exemple, que 5\$ pour rejoindre 1,000 personnes est un coût raisonnable. Si le message commercial s'élève à 10 ou 15\$ pour rejoindre 1,000 personnes, le client dira que ce n'est plus efficace; alors, il choisira d'autres alternatives, il ira à un autre réseau; il ira dans la publicité imprimée, dans les affiches, etc. Alors, il faut pouvoir contrôler les coûts de production, pour qu'ils soient bons pour le client; par ailleurs, il faut que l'émission soit aussi bonne que les spectacles américains auxquels l'auditeur a accès. Voilà le problème de la télévision francophone: faire aussi bien que les Américains mais le faire moins cher.

C'est ce que M. Delaney disait tout à l'heure. Le réseau français a moins d'argent, mais il faut qu'il fasse aussi bien pour garder ses téléspectateurs. Les budgets ne sont pas les mêmes. Dans l'entreprise privée, les budgets ont une relation directe avec les clients qui achètent des messages commerciaux.

M. Blackburn (Jonquière): J'amène un autre sujet. On a entendu M. Delaney nous confirmer qu'un correspondant desservirait la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean à compter du mois de mars prochain. Vous avez un poste affilié, CJPM Télévision. Comment vous percevez cette nouvelle?

M. Blain: Contrairement à l'entreprise privée, nous n'avons pas les moyens de nous payer des correspondants dans toutes les régions. Pour faire partie de notre club TVA, l'associé du Saguenay—Lac-Saint-Jean s'engage à nous fournir gratuitement les nouvelles d'intérêt

[Translation]

deemed it necessary, essential or desirable that a new French signal be added. But we are always threatened by the fact that there are only 5 million francophones. We can export the signal from Sherbrooke or Montreal to New England, but Americans are not going to watch CFTM, just francophones—who, for the most part, live in Quebec. That is the problem of francophone television; this is why we want our problems to be recognized very specifically. There are 5 million francophones; anglophones have access to the American market and, in theory, they speak the same language, they can use the same stars, as in *Night Heat*, a series produced by CTV for CBS. The fact that an American network foots the bill for a Canadian program is fantastic. But in the case of *Chop Suey*, which we were talking about a while ago, I do not think CBC or NBC will be clamouring to broadcast it! That is the difference. One must constantly show ingenuity to produce ever more efficiently programs that are just as interesting for francophone viewers as those produced by the American networks, and with budgets that are necessarily lower. The cost of production is ultimately passed on to the client, the company that buys a commercial. If a program costs \$30,000 and includes ten messages, each message must cost at least \$3,000 to pay for the production. But sometimes productions are too expensive and the client does not find that the price per 1,000 viewers is justified. Let us say, for example, that \$5 per 1,000 viewers is a reasonable cost. If the ad costs \$10 or \$15 per 1,000 viewers, the client will say that it is no longer cost-effective; he will then opt for something else, he will go to another network; he will choose print ads, posters, etc. We must therefore be able to control our production costs, because our productions have to be cost-effective for the client; in addition, our programs must be just as good as the American shows to which the viewer has access. That is the problem that French television is faced with: we have to do just as well as the Americans, but the cost has to be lower.

That is what Mr. Delaney was saying a while ago. The French network has less money, but it must do just as well in order to keep its viewers. The budgets are not the same. In private enterprise, budgets are directly related to ad revenue.

Mr. Blackburn (Jonquière): On another subject, if I may, we heard Mr. Delaney confirm that as of next March, a correspondent will cover the region of Saguenay—Lac-Saint-Jean. You have an affiliate station there, CJPM Télévision. What do you think of this announcement?

Mr. Blain: Unlike private enterprise, we cannot afford to have correspondents in every region. To be a member of our TVA club, our Saguenay—Lac-Saint-Jean associate has committed itself to provide us, free of charge, with news that is of national or provincial interest. We cannot

[Texte]

provincial ou national. On n'a pas les moyens de se payer des correspondants. Alors, c'est une différence d'approche.

En tant qu'ancien résident du Saguenay pendant 15 ans, je ne peux que me réjouir du fait que la Société Radio-Canada reçoive des échos de ce qui se passe dans une région aussi pleine de vitalité que le Saguenay—Lac-Saint-Jean. À TVA, voilà 15 ans qu'on le fait et on va continuer à le faire. La compétition nous stimulera un peu plus et il sortira un peu plus d'informations de cette région.

• 1155

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie beaucoup de vos commentaires.

Le président: Merci, monsieur Blackburn.

Monsieur Blain, en ce qui concerne les décisions de programmation à l'intérieur de votre réseau, vous avez dit que vous essayez d'obtenir l'unanimité. Est-ce que chaque station a droit à un vote égal, comme à CTV?

M. Blain: Monsieur le président, chaque propriétaire a un droit de vote. Son administrateur vote. Cinq propriétaires représentent dix stations; ce sont les cinq administrateurs qui votent.

Le président: Merci. Dans le but de clarifier un point, s'il vous plaît, le Réseau TVA vend-il lui-même de la publicité pour les heures de la programmation du réseau?

M. Blain: Oui, par l'entremise de notre maison de représentation, la maison Paul L'Anglais Inc.

Le président: Et la question brûlante de l'industrie: comment accroître les ventes de publicité nationale, particulièrement au Québec?

M. Blain: C'est un problème. Nous ne recevons pas le pourcentage de vente nationale qui correspond à notre pourcentage de population du Canada. Grosso modo, je pense qu'on couvre 25 p. 100 de la population au Canada mais on reçoit à peine 15 ou 20 p. 100 de la publicité. Ce qui s'explique partiellement par le fait que certaines entreprises à petits budgets, n'auraient pas les moyens de faire des productions en français et en anglais; leur budget de production est investi dans la production anglaise qui rejoint 75 p. 100 de la population.

Il y a aussi le fait que certains produits n'ont pas de pénétration suffisamment importante au Québec pour justifier un investissement. Mais, je pense qu'il faut être honnête et regarder les choses en face: dans certains cas, cette perte de revenu publicitaire national est peut-être due au fait que certains annonceurs ou clients se fient sur le bilinguisme des francophones; se servant des statistiques qui indiqueraient que 10 à 15 p. 100 des francophones regardent la télévision anglaise ou américaine, ils n'investissent pas la juste part que le marché francophone justifierait.

Il fut un temps, c'est peut-être moins vrai aujourd'hui, où la télévision francophone était un achat beaucoup plus efficace que la télévision anglophone canadienne.

[Traduction]

afford to have correspondents. Therefore, the approach is different.

As a former resident of Saguenay—for fifteen years—I can only be delighted that CBC hears about what is going on in an area as lively as the Saguenay—Lac-Saint-Jean. On TVA, we have been doing it for fifteen years, and we will continue to do it. The fact that there is going to be more competition will only be an incentive for us to give out more news about this area.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you very much for your comments.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn.

Mr. Blain, with respect to programming decisions within your network you said that you tried to obtain unanimity. Is each station entitled to an equal vote, as they are at CTV?

Mr. Blain: Mr. Chairman, each owner is entitled to one vote. Its administrator votes. Five owners represent 10 stations; it is the five administrators who vote.

The Chairman: Thank you. For clarification purposes, I would like to know if the TVA network does its own advertising sales for its network programming?

Mr. Blain: Yes, this is handled by our agency, Paul L'Anglais Inc.

The Chairman: What about the burning question of how to increase national advertising sales, particularly in Quebec?

Mr. Blain: It is a problem. The percentage of national sales that we receive does not correspond to our percentage of the Canadian population. Roughly, I think we make up 25% of the Canadian population but we receive barely 15 or 20% of the advertising dollar. This is partly due to the fact that some small budget enterprises cannot afford productions both in English and French; their production budget is invested in the English production viewed by 75% of the population.

There is also the fact that some products do not have enough penetration on the Quebec market to justify an investment. But I think one must be honest and face the facts: in some cases, this loss of advertising revenue might be due to the fact that some advertisers or clients rely on francophones being bilingual; since statistics indicate that 10% to 15% of francophones watch English language or American television, they do not invest the fair share that the francophone market would justify.

At one time, although possibly less so today, French television was a much more cost-effective purchase than Canadian anglophone television.

[Text]

Le président: À cause de la fidélité?

Mr. Blain: Non. Je suppose que les télédiffuseurs francophones ne pouvaient pas se servir des mêmes leviers que les télédiffuseurs anglophones pour arracher des sommes plus importantes aux clients.

Le président: Merci, monsieur Blain, pour votre témoignage de ce matin.

Il est midi. Nous avons deux témoins jumelés,

and I would call those witnesses forward now. They are representatives of the Quebec Association for Adult Learning Incorporated. I understand that one of them, Mr. Steve Gruber, is president of that association and is also executive secretary of the Quebec Farmers Association, and in that capacity he has something special to offer us. I would ask Jean Ogilvie and Steve Gruber to come forward, please.

• 1210

Ms Ogilvie and Mr. Gruber, you are most welcome. I understand, Mr. Gruber, that in addition to the brief presented by the QAAL you have also submitted one concerning your other area of interest, which is that of farm producers of the English language in the province of Quebec. Would you please give us your introductory remarks and then be prepared for our questions. Ms Ogilvie.

Ms Jean Ogilvie (Chairperson, Distance Education Subcommittee, Quebec Association for Adult Learning Inc.): Thank you. Steve Gruber, the president of QAAL, who will be talking later, is also the director of the Quebec Farmers' Association. Because the QFA has not been part of these hearings and because many of our concerns are similar, we are taking the time together to bring up a few issues with you.

We have submitted a brief to you and I would like to go through a few points in it. I will not be reading the whole thing, but I will read sections of it, so that I do not forget things we would like to bring up.

QAAL is a voluntary provincial organization that unites those adult educators and learners from the formal business and voluntary sectors which run programs in English. We were formed in June 1981 and formally incorporated in February 1982. We are concerned with issues that touch on lifelong learning opportunities for adults in both formal and informal settings. We are affiliated with the CAAE, the national body representing adult education interests across the country.

Before getting to the issues that concern us, we would like to congratulate and offer our sincere appreciation for the work your committee is undertaking. We have been watching your committee with interest since February, when the Minister first indicated her support for the Caplan-Sauvageau report. The quality of consideration the

[Translation]

The Chairman: Because of viewer loyalty?

Mr. Blain: No. I suppose French-language broadcasters did not have as much clout as English-language broadcasters and could not charge more.

The Chairman: Mr. Blain, thank you for your testimony this morning.

It is 12 noon. We are now going to hear from two witnesses at the same time,

à qui je demanderai de s'approcher. Ils représentent l'Association québécoise pour l'éducation permanente Inc. M. Steve Gruber est président de cette association. Il est aussi secrétaire exécutif de la *Quebec Farmers Association*, et à ce titre, il a quelque chose de spécial à nous offrir. Je demanderais à Jean Ogilvie et à Steve Gruber de bien vouloir s'avancer.

M^{me} Ogilvie et M. Gruber, je vous souhaite la bienvenue. Je crois savoir, monsieur Gruber, qu'en plus du mémoire de l'AQEP, vous en avez aussi présenté un qui touche votre autre domaine d'intérêt, c'est-à-dire les producteurs agricoles anglophones du Québec. Vous pouvez y aller de votre préambule et vous préparer à répondre à nos questions. Madame Ogilvie.

Mme Jean Ogilvie (présidente, Sous-comité de l'éducation à distance, Association québécoise de l'éducation permanente): Je vous remercie. Steve Gruber, président de l'AQEP, qui prendra la parole plus tard, est également directeur de la *Quebec Farmers' Association*. Puisque la QFA n'a pas participé à ces audiences et que nombre de nos préoccupations sont analogues, nous nous partagerons la tâche de discuter de quelques questions avec vous.

J'aimerais revenir sur quelques points du mémoire que nous avons présenté. Je ne relirai pas tout le document, mais seulement certaines sections, afin de ne pas oublier les points que nous voudrions soulever.

L'AQEP est un organisme provincial bénévole qui regroupe les éducateurs et apprenants adultes du secteur bénévole et des affaires qui organisent des programmes anglais. L'Association a été formée en juin 1981 et constituée officiellement en février 1982. Nous nous occupons des questions qui touchent, la vie durant, les possibilités d'apprentissage des adultes, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du réseau officiel. Nous sommes affiliés à l'ACEA, l'organisme national qui représente ceux qui s'intéressent à l'éducation des adultes dans l'ensemble du pays.

Avant d'en venir à ce qui nous préoccupe, nous voudrions applaudir au travail que le Comité entreprend. Nous suivons de près les activités du Comité depuis février, c'est-à-dire depuis le moment où la ministre a fait connaître son appui au rapport Caplan-Sauvageau. On ne peut qu'applaudir à l'attention que les membres du

[Texte]

members of this committee have given to the issues raised by the report and the efforts to both harness public opinion, expert opinion, and engage the public in discussions about the future of our broadcasting system are to be commended.

Last year the CAAE sponsored a series of forums on the future of broadcasting across Canada. Some of the comments made by both panel experts and foreign participants express well our feelings on specific issues, so some of those we remind you of or note here. When a forum is referred to, this is the series of public debates we are discussing.

On page 2, we would like to make a few points about provincial public broadcasting. The media play an important role in providing citizens with the information they need to be alert and conscientious players in Canadian life. By information we are not limiting ourselves to a notion of news, but include the idea of accessing a whole range of ideas about how we behave and what some alternatives to our behaviour are in Canada in the 1980s. These ideas filter through all program formats.

There was a wonderful quote from Mark Starowicz, executive producer of *The Journal*, at the Winnipeg forum:

A television set conveys information constantly. In our police dramas, we convey a sense of our streets, the state of our courts, the values of our justice system. . . the family, attitudes towards divorce, single-parent families, relationships between parents and children. A television set is virtually a 24-hour disseminator of social information.

• 1215

We fully acknowledge that the media play an important role in social learning and that the public broadcaster plays a pivotal role in bringing to our attention that programming which nourishes our ability to participate effectively in a democratic culture. Although the CBC is recognized as the key component in the public broadcasting system, the report acknowledges the growing importance of provincial broadcasting authorities in this sector. I will not quote from the report because you know it well.

Given our concurrence with the notion that television is the tool for social learning on a broad scale, we agree it is entirely appropriate for provincial broadcasters to undertake educational programming ranging from courses to non-formal cultural and social programs.

Our problem in Quebec is that to this day Radio-Québec, our provincial broadcaster, which operates on \$60 million of taxpayers' dollars annually, has not offered

[Traduction]

Comité ont accordé aux questions soulevées dans le rapport, de même qu'aux efforts déployés pour recueillir l'opinion de la population et des spécialistes et pour faire participer les Canadiens aux discussions sur l'avenir de notre réseau de diffusion.

L'an dernier, l'ACEA a parrainé une série de tribunes sur l'avenir de la diffusion, dans l'ensemble du Canada. Certaines des remarques formulées tant par les spécialistes que par les participants étrangers expriment assez bien nos points de vue sur quelques problèmes particuliers; nous en soulignons quelques-uns dans notre mémoire. Lorsqu'il est question d'une tribune, il s'agit de la série de débats publics dont je viens de parler.

Si nous nous reportons à la page 2, nous aimerions dégager quelques points à propos de la télédiffusion publique provinciale. Les médias jouent un rôle important, car ils fournissent aux citoyens l'information dont ces derniers ont besoin pour devenir des intervenants conscients et avisés dans la vie canadienne. Par information, nous ne nous bornons pas à la notion de nouvelles, mais nous y englobons l'aspect de l'accès à un vaste éventail d'idées sur la façon dont nous nous comportons et sur certaines solutions de rechange, à l'époque actuelle. Ces idées se retrouvent dans toutes les structures de programmation.

Mark Starowicz, directeur de production de l'émission *The Journal*, a dit cette phrase merveilleuse, à la tribune de Winnipeg:

Le poste de télévision débite constamment de l'information. Dans les drames policiers, nous transmettons une perception de nos rues, de la valeur de nos tribunaux et de notre système judiciaire. . . la famille, les attitudes à l'égard du divorce, des familles monoparentales, des relations entre les parents et les enfants. Virtuellement, le poste de télévision diffuse en permanence de l'information sociale.

Nous savons parfaitement que les médias jouent un rôle important dans l'apprentissage social et que les diffuseurs publics ont un rôle essentiel dans notre sensibilisation à la programmation nourrissant notre capacité de participer efficacement à la culture démocratique. Bien que le réseau anglais de Radio-Canada soit perçu comme un élément clé du réseau public de diffusion, le rapport reconnaît l'importance croissante, dans ce secteur, des réseaux provinciaux. Je vous épargnerai de citer le rapport, car vous le connaissez aussi bien que moi.

Nous sommes d'accord avec la notion selon laquelle la télévision est l'instrument de l'apprentissage social sur une vaste échelle; nous convenons donc qu'il est tout à fait adéquat que les diffuseurs provinciaux se dotent d'une programmation éducative allant des cours aux programmes culturels et sociaux informels.

Notre problème, au Québec, est que, jusqu'à maintenant, Radio-Québec, notre diffuseur provincial qui fonctionne avec un budget annuel de 60 millions de

[Text]

to originate any programming in English other than a few hours per week for use in schools commissioned directly by the *Ministère de l'Éducation*.

On page 529 of the report it is acknowledged there are 800,000 English-speaking Canadians living in Quebec, of whom 500,000 live in and around Montreal, where they have access to a wide range of media fare, including TVOntario—"a typical metropolitan choice of English-language programming which is considerably greater than the number of French-language choices within Quebec, let alone outside"—a quote from the report.

The programming choice of anglophone Quebecers outside Montreal is greater than that of francophones outside Quebec. This observation intimates that it is not a problem area and does not need fixing. This strikes us as saying that because English-speaking Canadians have access to 52,000 hours of television viewing a week it is enough, even though only 26% is Canadian. Because one of the major cornerstones of the report is that available programming equals neither program diversity nor availability of quality Canadian programming, we feel this philosophy should encourage a little closer observation of the situation for Quebec anglophones.

Indeed, the report admits that access to services will be of limited value unless there is local and regional programming to meet the broadcasting needs of the official language minorities. You know the percentages. Thirteen percent of the population in Quebec is anglophone: 800,000; in Ontario 8% is francophone: 500,000. We have made the point that TVOntario offers not only French programming within their regular fare but a second entire parallel network. In Quebec, since the number of anglophones who tune into French-language programming, of which Radio-Québec is only one part, is in the report listed to be 1%, we believe that 99% of the English population is effectively disenfranchised by the provincial broadcaster.

Our first recommendation therefore is we would like the committee to consider ways by which provincial government broadcasters, especially our own, might be encouraged to recognize and serve legitimate and clearly-defined publics in their regions.

The second area we would like to comment on is with respect to national public broadcasting, and there are two issues here: production and distribution.

The other major actor in public broadcasting for Quebec anglophones is of course the CBC. It is and must be, as the report has suggested, the cornerstone of public broadcasting in the country. Keeping in mind the purposes of public broadcasting, as we have mentioned,

[Translation]

dollars provenant des contribuables, n'a pas montré la moindre velléité d'établir une programmation anglophone, à l'exception des quelques heures par semaine de programmes utilisés dans les écoles et commandés directement par le ministère de l'Éducation.

À la page 529 du rapport, on précise que 800,000 Canadiens anglophones vivent au Québec, dont 500,000 dans la région de Montréal, où ils ont accès à un vaste éventail de programmes, notamment ceux de TVOntario qui, pour paraphraser le rapport, constitue, dans la métropole, un choix type de programmation anglophone qui est beaucoup plus considérable que les choix francophones à l'intérieur du Québec, et encore plus si l'on va à l'extérieur de la province.

Le choix de programmes des Québécois anglophones à l'extérieur de Montréal est plus grand que ceux des francophones hors Québec. Cette observation laisse supposer que ce secteur ne pose pas de problème et n'appelle pas de mesure corrective. Cela nous frappe, car c'est dire que, puisque les Canadiens anglophones ont accès à 52,000 heures de télévision par semaine, cela suffit, même si seulement 26 p. 100 de cette programmation est canadienne. Compte tenu de ce que l'une des pierres angulaires du rapport est que la programmation disponible n'égale ni la diversité des programmes, ni la disponibilité d'une programmation canadienne de qualité, nous sommes d'avis que cette philosophie devrait nous inciter à regarder d'un peu plus près la situation des anglophones québécois.

En fait, on admet dans le rapport que l'accès aux services ne sera que de peu de valeur à moins qu'il n'y ait une programmation locale et régionale répondant aux besoins de diffusion des minorités de langues officielles. Vous connaissez les pourcentages. Treize pour cent de la population du Québec est anglophone, à savoir 800,000 personnes; en Ontario, on compte 8 p. 100 de francophones, soit 500,000. Nous avons dit que TVOntario offre non seulement de la programmation française dans sa grille horaire habituelle, mais également un véritable réseau parallèle, un deuxième réseau. Au Québec, puisque le nombre d'anglophones qui suivent la programmation de langue française, dont Radio-Québec ne représente qu'une partie, s'établit, selon le rapport, à 1 p. 100, nous croyons que 99 p. 100 de la population anglophone se trouve refoulée par le diffuseur provincial.

Notre première recommandation est donc: nous voudrions que le Comité étudie des moyens d'encourager les diffuseurs provinciaux, notamment le nôtre, à reconnaître et à satisfaire les besoins des populations légitimes et bien définies de leurs régions.

Le deuxième point sur lequel nous voulons intervenir touche le réseau public national, où nous voyons deux problèmes: la production et la distribution.

L'autre grand intervenant de la télédiffusion publique, dans le cas des anglophones du Québec, est évidemment CBC. CBC est et doit être, ainsi qu'on le mentionne dans le rapport, la pierre angulaire de la télédiffusion publique au pays. Compte tenu des objectifs du réseau public,

[Texte]

the CBC plays a major role in the province in keeping citizens informed and active.

As your committee is aware, for many rural Canadians CBC is the only broadcast system available. This means it has an obligation to continue to present high quality American programs that Canadians have come to appreciate during prime time, as well as to provide better quality Canadian programs. While we found no fault with the original CBC all-news or TVCanada concept to be carried on cable, we feel that until cost-accessible distribution technologies catch up with the realities of non-urban geography, attention must be paid to improving the basic service.

• 1220

We were disturbed by remarks made by Eric Malling at the Saskatoon forum. We are on page 5. The consequences, Malling said,

... of all the budget cuts are yet to be felt by the public. Soon you'll see more *fifth estate* repeats, less international coverage. We don't chase arms to South Africa any more, we can't find out how Rhodesian tobacco is smuggled into Canada. We can't gamble on the big ones. *60 Minutes* has a budget—cheap by American standards—of \$800,000 an hour. Our budget is \$60,000 an hour.

This for us is serious news. For the past several years all Canadian governments have seriously underestimated the role played in the modern world by good-quality information. This is a curious forgetfulness on the part of the government, because, as has been well documented, the current film and broadcasting institutions blossomed under the urgent need just before and during World War II to inform and enlist the support of Canadians. The need for information, for building morale, for developing more efficient farming techniques, and for mobilizing communities to organize themselves towards greater productivity was one of the main impetuses for the creation of the NFB and the CBC, again packaged under many formats, from news to drama.

For the public broadcaster to have to limit itself to the stories that are closer to home to save travel costs or to do repeats instead of compiling new material or to buy packaged versions from foreign producers is to deny Canadians opportunities to participate in the modern world through better knowledge of it.

[Traduction]

comme nous l'avons mentionné, CBC joue un grand rôle dans la province, car il offre à la population de l'information et la possibilité d'intervenir.

Le Comité n'ignore sans doute pas que, pour nombre Canadiens des campagnes, CBC est le seul réseau qu'ils peuvent recevoir. Cela signifie qu'il a l'obligation de continuer à présenter les programmes américains de qualité que les Canadiens ont appris à apprécier, dans les meilleurs créneaux de la grille horaire, et à fournir des programmes canadiens de meilleure qualité. Nous n'avons rien à redire à propos de l'idée initiale du réseau de nouvelles de CBC ou du concept de Télé-Canada, qui utiliseront le câble, mais jusqu'à ce que nous ayons des technologies de distribution rentables en fonction des réalités de la géographie non urbaine, nous pensons qu'il vaut mieux faire porter nos efforts sur l'amélioration du service de base.

Les remarques formulées par Eric Malling lors de la tribune publique de Saskatoon nous ont inquiétés. Nous sommes à la page 5. Les conséquences, a dit Malling,

... de l'ensemble des coupures budgétaires ne se font pas encore sentir dans la population. Bientôt, on verra plus de reprises de *Fifth Estate*, moins de reportages internationaux. Nos reporters ne cherchent plus à savoir comment nos armes ont pu se retrouver en Afrique du Sud, nous ne pouvons plus découvrir de quelle façon le tabac de Rhodésie passe au Canada. Nous ne pouvons tout miser sur les gros titres. L'émission *60 Minutes* a un budget, bien mince selon les normes américaines, de 800,000\$ l'heure. Notre budget est de 60,000\$ l'heure.

Pour nous, la nouvelle est grave. Depuis plusieurs années, les gouvernements du Canada ont gravement sous-estimé le rôle de l'information de qualité dans le monde moderne. C'est un oubli regrettable de la part du gouvernement, car, nous en avons de nombreux exemples, les établissements actuels de diffusion et de cinématographie ont fleuri sous la pression d'un besoin urgent, juste avant et pendant la Deuxième Guerre mondiale, afin d'informer les Canadiens et d'obtenir leur appui. Le besoin d'information, pour remonter le moral, pour mettre au point des techniques culturelles plus efficaces et pour inciter les collectivités à s'organiser en vue d'une plus grande productivité, a été l'un des principaux moteurs de la création de l'ONF et de Radio-Canada, encore une fois sous diverses facettes, allant des émissions d'information aux dramatiques.

Pour le diffuseur public, être obligé de se limiter aux nouvelles émanant d'un endroit pas trop lointain pour économiser sur les frais de voyage ou de diffuser des reprises au lieu de réunir du nouveau matériel ou acheter des versions «organisées» de producteurs étrangers revient à refuser aux Canadiens la possibilité de prendre part au fonctionnement de la société moderne par une meilleure connaissance de cette société.

[Text]

In a programming cut closer to home, we were dismayed by CBC's announcement to cut the Quebec community network in March of this year, one of the only sources of news and information in English about provincial and regional issues. While acknowledging the possibility that this was an unavoidable cost-cutting decision within the corporation, we refuse to accept the government's implicit belief that the social costs of being denied information relevant to regional life are worth making. This is not a saving the Government of Canada can afford to continue to make.

There are many details to this argument that are not within the current interests of the committee: how the CBC makes internal decisions about cost-cutting, about what are important stories, and so forth. But in cruder terms, the parliamentary allocations that sustain the corporation must be adequate in amount and in the manner in which they are made.

Going to the bottom of the page, in the Toronto forum Trina McQueen, director of network television, CBC Toronto, was asked why we could not just dispense with the moronic program *Three's Company*. Her response:

I'll tell you why we run it. Because... *Three's Company* makes an enormous amount of revenue for the CBC and we do nothing with our revenue except make Canadian programming.

We would like you to know that we feel more comfortable depending on the Parliament of Canada, rather than New York or Hollywood, for supporting a sector as important to our efficiency as citizens as public broadcasting is. In any case, the report graphically demonstrated that the advertising dollar in television is not growing, although that is changing nowadays.

The Chairman: I hate to interrupt, but I wanted to point out to you that almost half your time has now gone, and I am sure you would like to leave some time for questions.

Ms Ogilvie: Yes. Let me just briefly go through the recommendation on CBC. I would like you to consider, in time you may have during your own deliberations, the distribution issues and the importance of making available regional programming about Quebec throughout the province—in the Eastern Townships, certainly in western Quebec. I do not think the committee is sufficiently aware that in western Quebec we hear absolutely no news that originates within the province until we get around Alexandria, because the feed that comes to western Quebec comes from Ontario. So while Ottawa and Pembroke are quite conscious of the fact that they are serving people within the province and they try to include Quebec news, we get nothing on a regular basis about provincial politics.

[Translation]

Une coupure qui nous touche de près est celle-ci: nous avons été étonnés et déçus par l'annonce que Radio-Canada allait mettre fin au réseau communautaire québécois, en mars de cette année; c'est l'une des seules sources de nouvelles et d'informations en anglais sur les questions provinciales et régionales. Evidemment, il est possible que cette décision ait été inévitable, mais nous refusons d'accepter que le gouvernement croie implicitement que les coûts sociaux liés au fait de ne plus avoir droit à l'information sur la vie régionale soient justifiés. Le gouvernement du Canada ne peut se permettre de continuer à faire ce genre d'économie.

Il existe de nombreux détails de ce raisonnement qui débordent les intérêts actuels du Comité: la façon dont Radio-Canada prend ses décisions internes en matière de coupures, de ce qui est important, etc. Pour parler plus net, les crédits de fonctionnement que le Parlement alloue à la Société doivent être adéquats, tant par leur montant que par leurs modalités.

Pour aller plus loin, dans la tribune de Toronto, Trina McQueen, directrice du réseau de télévision de CBC à Toronto s'est vu demander pourquoi on ne pouvait se débarrasser du programme débile *Three's Company*. Voici sa réponse:

Je vous dirai pourquoi nous le diffusons. C'est parce que... *Three's Company* génère d'énormes recettes pour CBC et, ce que nous faisons avec ces recettes, c'est de réaliser des programmes canadiens.

Nous voudrions pouvoir compter plus sûrement sur le Parlement du Canada, plutôt que sur New York ou Hollywood, pour aider un secteur aussi important que la diffusion publique pour ce qui est de notre efficacité en tant que citoyens. Quoi qu'il en soit, les chiffres tirés du rapport montrent que le dollar de publicité en télévision n'augmente pas, même cela change parfois.

Le président: Je m'en veux de vous interrompre, mais je voudrais souligner que vous avez épuisé presque la moitié de votre temps; je suis certain que vous voulez conserver un peu de temps pour les questions.

Mme Ogilvie: Oui. Je ferai simplement quelques remarques brèves sur la recommandation relative à CBC. Je voudrais que vous vous penchiez, vous l'avez peut-être déjà fait dans vos propres délibérations, sur les questions de distribution et sur l'importance de la diffusion d'émissions régionales sur le Québec dans toute la province, dans les Cantons de l'Est et certainement dans l'Ouest québécois. Je crois que le Comité ne sait pas encore clairement que, dans l'Ouest québécois, nous n'avons absolument aucune nouvelle provenant de la province jusqu'à ce que nous soyons aux environs d'Alexandria, car ce qui nous arrive, dans l'Ouest québécois, vient de l'Ontario. En conséquence, bien que les stations d'Ottawa et de Pembroke sachent précisément qu'elles desservent des Québécois et bien qu'elles essaient d'inclure des nouvelles du Québec, nous ne recevons rien de régulier à propos de la politique provinciale.

[Texte]

So there has to be a lot of work within the CBC—and they are aware of the problem and it is a financial problem too—to increase the distribution mechanisms to bring programming to the west of the province, to the townships. The recommendation, therefore, on public broadcasting is that the CBC basic service, as the only available broadcast service in English in many parts of Quebec, must have the financial resources necessary to perform this service. Budgetary allocations must be substantially increased both to offset recent cut-backs and to increase the quality of coverage, which includes improvements in production and distribution appropriate to regional needs.

The final recommendation we make has to do with research. It is combined with the issue we outline briefly in the next section, which I will talk about quite briefly, community media.

• 1225

In the report and comments you have made in the committee itself, part of the problem with the recommendations you have to make is that you are operating in a real research vacuum. There is a lot left to be known about how Canadians use their broadcasting system: what kinds of programming are important, why, why we send money to public broadcasting in Vermont. These issues are importantly addressed by research. So you have recommended that those funds be made available, that DOC and CRTC get back in the game. As you know, they have been in the game, and in cost-cutting times they have taken out the research section as one way to save funds.

Our final recommendation, which I will read and then tell you why it relates to community media, is that the CRTC and DOC should be directed to set up or reactivate research programs and undertake a diverse range of research projects, including co-operative efforts among themselves, citizens' groups, and research professionals. Funding for such a program should be adequate and should be specifically allocated, so it does not risk being absorbed by operating costs.

We have made the recommendation in our text that some kind of research system be set up so this can be conducted in conjunction with citizens' groups like ourselves. The advantage to that, as in the example we give you in more detail in the report on community media, is that in the Caplan-Sauvageau report community media have been suggested as a wonderful solution to a problem that is not defined. One of the benefactors of that solution is alluded to as the anglophone population of Quebec. If you do not have enough media to serve yourselves, do it yourselves. We strongly object to that assumption, on the grounds that we are not asking for a

[Traduction]

Il y a donc beaucoup de travail à faire, au sein de CBC, pour améliorer les mécanismes de distribution afin que les émissions puissent être diffusées dans l'ouest de la province, dans les Cantons de l'Est. Les gens de la CBC sont au fait de ce problème, qui est aussi un problème financier. En conséquence, la recommandation sur la télédiffusion publique est que le service fondamental de CBC, qui est le seul service de télédiffusion anglophone disponible dans de nombreuses régions du Québec, doit disposer de ressources financières pour assurer ce service. Les crédits budgétaires doivent être augmentés considérablement, tant pour compenser des coupures récentes que pour améliorer la qualité de la couverture, ce qui signifie également l'amélioration de la production et de la distribution en fonction des besoins régionaux.

Notre dernière recommandation touche la recherche. Elle se combine à ce que nous décrivons brièvement dans la section suivante et dont je dirai quelques mots, les médias communautaires.

Dans le rapport et les observations du Comité, une partie du problème qui touche les recommandations que vous devez faire est que vous fonctionnez dans un véritable vide, du point de vue de la recherche. Il nous reste beaucoup à apprendre sur la façon dont les Canadiens utilisent leur réseau de télédiffusion: les types de programmes importants, les raisons pour cela, les raisons pour lesquelles nous envoyons de l'argent au réseau public du Vermont. Ce sont des questions importantes sur lesquelles doit porter la recherche. Vous avez donc recommandé que des fonds soient débloqués, que le ministère des Communications et le CRTC reviennent dans le jeu. Vous savez très bien qu'ils faisaient partie du jeu et que, à l'époque des coupures, ils se sont débarrassés de leurs services de recherche pour économiser.

Notre dernière recommandation, que je vais vous lire, avant d'expliquer de quelle façon elle touche les médias communautaires, est que le CRTC et le ministère des Communications reçoivent le mandat de créer ou de remettre en service leurs programmes de recherche et entament divers projets de recherche, y compris conjointement et avec des groupes de citoyens et spécialistes de la recherche. Le financement de ces programmes doit être adéquat et attribué spécifiquement, afin de ne pas être absorbé par les frais d'exploitation.

Nous avons, dans notre formulation, recommandé la création d'un système de recherche, afin que le travail puisse se faire en collaboration avec des groupes populaires comme le nôtre. L'avantage de cela, comme dans l'exemple détaillé que nous donnons dans le rapport sur les médias communautaires, est que, dans le rapport Caplan-Sauvageau, les médias communautaires ont été pressentis comme une solution miraculeuse à un problème qui n'est pas encore défini. Un des bénéficiaires de cette solution serait, dit-on, la population anglophone du Québec. S'il n'y a pas suffisamment de médias à votre service, faites-le vous-mêmes. Nous nous opposons

[Text]

voice for our community, we are asking to receive information about what is happening in our province. So to propose community media when really we are asking for a new kind of distribution of professional information from journalists is something we object to.

We would like to be able to be involved with research issues that identify solutions to problems that are not clearly understood. So we do recommend that a mechanism for funding be set up, so that citizens' groups such as ourselves can join with research professionals and with institutions such as DOC and CRTC to help define issues, to help define how we investigate them, and to help define what solutions may be proposed.

Those are briefly the concerns we have. They are backed onto a larger argument that I hope you will take the time to read when you have the chance.

The Chairman: Because they both have a background in farm broadcasting, I am going to ask Mr. Caldwell and Mr. Gormley to focus on issues of interest to farmers. I am not going to limit it to that. Of course I think you find that whenever the name of a member of the committee is taken in vain, that committee member is going to have first kick at the cat.

Mr. Steve Gruber (President, Quebec Association for Adult Learning Inc.): The concern is not with farm issues per se but the 120,000 anglophones living off the Island of Montreal. Three main ideas are considered in the brief, and we would like to leave them with you. One is that this community is to a very large extent dependent culturally and for its information on the public broadcasting system and it exhibits strong support of that system. The Quebec Farmers' Association holds a conference each year with the CBC on defining needs for the rural area. Over 70 people attend it each year, which I think is reflective of the kind of interest the community has in it.

Secondly, there is need for a strong regional component within the CBC. It gives us an opportunity to reflect ourselves to ourselves across the province. We have examples to support that, in that from our lobbying we had, for example, the program *Country Report*, which is one program that reflects rural lifestyles. It was introduced at our request into Quebec and has been a singular success and I believe is now going on a national basis. People want this kind of programming. I believe it is also popular in the urban areas as well as in the rural areas.

[Translation]

fortement à cette hypothèse pour le motif que nous ne demandons pas d'être la voix de notre collectivité, mais de recevoir de l'information sur ce qui se passe dans la province. Ainsi, proposer des médias communautaires quand, en fait, nous demandons une redistribution de l'information professionnelle des journalistes, voilà quelque chose auquel nous nous opposons.

Nous voudrions pouvoir participer aux programmes de recherche visant à préciser les solutions à des problèmes encore mal compris. Nous recommandons en conséquence la création d'un mécanisme de financement, afin que les groupes populaires comme le nôtre puissent se joindre aux professionnels de la recherche et aux établissements comme le ministère des Communications et le CRTC, afin de participer à la définition des problèmes et des modalités d'enquête, ainsi que des solutions à proposer.

Ce sont, brièvement, nos préoccupations. Elles se fondent sur une argumentation plus générale que, je l'espère, vous prendrez le temps de lire.

Le président: Puisque MM. Caldwell et Gormley ont tous deux des antécédents dans le domaine de la programmation pour les agriculteurs, je leur demanderai de nous parler de ce qui intéresse les gens du secteur de l'agriculture. Mais je ne limiterai pas l'intervention à ce domaine. Bien sûr, chaque fois qu'on porte atteinte à un membre du Comité, c'est lui qui lancera la première pierre.

M. Steve Gruber (président, Association québécoise de l'éducation permanente): Le problème ne touche pas les questions agricoles en soi, mais les 120,000 anglophones qui vivent à l'extérieur de l'Île de Montréal. Le mémoire porte sur trois grandes idées, que nous voudrions vous laisser. La première est que cette collectivité est, dans une très grande mesure, dépendante du réseau public de télédiffusion, du point de vue de la culture et de l'information, et qu'elle appuie fortement ce système. La *Quebec Farmers' Association* organise chaque année une conférence avec CBC afin de définir les besoins des régions agricoles. Chaque année, plus de 70 personnes y participent ce qui, à mon avis, témoigne assez bien de l'intérêt que la collectivité porte à ce problème.

En second lieu, CBC a besoin d'un fort élément régional. Cela nous donne la possibilité de voir ce qui se passe dans toute la province. Nous avons des exemples à l'appui; ainsi, le programme *Country Report* dû à nos pressions, en est un qui reflète les modes de vie de la campagne. C'est à notre demande qu'il a été introduit au Québec; il remporte un vif succès qui, je crois, s'étend actuellement à l'échelle nationale. Les gens veulent ce genre de programmation. Je crois qu'il est autant populaire dans les régions urbaines que dans les régions rurales.

• 1230

Also, we have had to go in some of our communities outside of Canada to receive community broadcasting. The most recent example is in the Châteauguay Valley,

En outre, nous avons dû aller dans certaines collectivités à l'extérieur du Canada, afin de recevoir de la programmation communautaire. L'exemple le plus récent

[Texte]

where they have gone to Vermont to set up a program on broadcasting on the community in the Châteauguay Valley. We find it outrageous that Canadian taxpayers have to resort to such measures to ensure coverage of their own communities.

Also disenfranchised, as referred to, is western Quebec. There can be a teachers' strike in Quebec, and they will not receive news upon that; whatever is happening in Quebec City will not be there. In the Eastern Townships, not 50 miles from here, there are thousands of families who cannot receive Quebec CBC; they receive TV signals, but it is all from the United States. Again, we find that as taxpayers that is really not adequate. We support the system, and we would like to have access to it as well.

So those are our three points: that we support the concept of public broadcasting, we are dependent upon it, and there is the need for regional component and coverage through the access program that was cut and has to be brought back.

I have one interesting point again to show the support of the community. There was a program before the budget cut-backs to introduce coverage to the Eastern Townships, to the disenfranchised anglophones there, and the previous provincial government denied access to Mount Orford. Now we, the Quebec Farmers Association, have approached the provincial government and have secured permission for such a transmitter to be placed on Mount Orford to serve these people. Now it is the CBC, using the excuse of the budget cuts, who will not even approach the government to get the piece of paper in their hands saying that they are allowed to do it. We find that there is a community out there that has been disenfranchised.

The Chairman: Mr. Gruber, just for clarification, there is a very powerful CBC English language FM transmitter somewhere serving the Eastern Townships. I have experienced that driving through the area.

Mr. Gruber: That is an interesting concept; we hear much about that. The poor fact of the matter is it is a channel out of Sherbrooke, which cannot be accessed. We have many documents advising everybody to buy UHF transmitters. I will take you to the homes of the people who have invested in UHF aerials with motors and what have you and still cannot receive it. It is a fallacy to say that.

The Chairman: You are talking television, are you?

Mr. Gruber: Television, in this case.

The Chairman: I am referring to the FM signal.

Mr. Gruber: Oh, I am sorry. Yes, they can get the FM radio now in most areas. Not in western Quebec, that is in the Townships.

[Traduction]

se trouve dans la Vallée de Châteauguay, où l'on a dû aller au Vermont pour créer un programme de télédiffusion sur la collectivité, dans la Vallée de Châteauguay. Il est offensant que les contribuables canadiens doivent recourir à des mesures comme celles-là pour obtenir une couverture de leur propre collectivité.

L'Ouest québécois, comme nous l'avons mentionné, est lui aussi déçu. Il peut se produire une grève des enseignants au Québec, l'Ouest n'aura aucune nouvelle à ce sujet; ce qui se produit à Québec, ils n'en entendront pas parler. Dans les Cantons de l'Est, à moins de 50 milles d'ici, il y a des milliers de familles qui ne reçoivent pas le réseau CBC du Québec; ils reçoivent des signaux de télévision mais tous viennent des États-Unis. Encore une fois, nous estimons qu'en tant que contribuables, nous avons de quoi nous plaindre. Nous appuyons le système et nous aimerions y avoir accès également.

Voici donc nos trois points: nous appuyons le concept de la télédiffusion publique, nous sommes dépendants de celle-ci et il est nécessaire qu'il existe un volet et une couverture, à l'échelon régional, dans le programme d'accès qui a subi des coupures et qu'il faut rétablir.

Encore un point intéressant pour souligner l'appui de la collectivité: avant les coupures budgétaires, il existait un programme visant à introduire les émissions de télévision dans les Cantons de l'Est, à l'intention des anglophones déçus qui y vivent; le gouvernement provincial précédent a refusé l'accès au Mont Orford. Nous, de la *Quebec Farmers' Association*, sommes intervenus auprès du gouvernement provincial et avons obtenu l'autorisation d'installer un émetteur sur le Mont Orford afin de desservir ces gens. Maintenant, c'est au tour de CBC, qui se réfugie derrière les coupures budgétaires, et qui ne demandera même pas au gouvernement l'autorisation nécessaire. Il existe donc, dans cette région, une collectivité laissée pour compte.

Le président: Monsieur Gruber, pour clarifier les choses, je préciserai que la CBC possède pour la MF un puissant émetteur en langue anglaise, quelque part, desservant les Cantons de l'Est. J'ai pu le constater, en passant en voiture dans la région.

M. Gruber: L'idée est intéressante. Nous en attendons beaucoup parler. L'inconvénient, c'est que c'est un canal qui vient de Sherbrooke, auquel nous ne pouvons avoir accès. Nous avons de nombreux documents qui conseillent d'acheter des émetteurs UHF. Je peux vous faire rencontrer des gens qui ont investi dans des antennes UHF motorisées et tout le matériel nécessaire et qui ne peuvent toujours pas recevoir ces émissions. C'est une affirmation trompeuse.

Le président: Vous parlez de télévision, n'est-ce pas?

M. Gruber: Dans ce cas, oui, la télévision.

Le président: Je parle de signaux MF.

M. Gruber: Je suis désolé. C'est vrai, on peut recevoir la radio MF dans presque toutes les régions, mais non pas dans l'Ouest québécois, dans les Cantons de l'Est.

[Text]

The Chairman: Right, thank you.

Mr. Gormley: Welcome to the committee. I read with great interest your brief and have just heard your remarks, Mr. Gruber. I think in this committee generally you find a great deal of support to the notion of the necessity of public broadcasting and regional programming. There are a few things you say I would like to perhaps sound you out on to a greater deal and take exception with you on a couple of them.

For those of us who live in rural areas, in the so-called hinterland of Canada, in western rural Canada, we see the necessity to reflect both within the regions our differences as Canadians and those regional differences on the national radio or television spectrum. But I think we have come to the point—at least in my opinion, and I am speaking only personally—that we might have to make some tough decisions, or at least the CBC should be put in the position of making some tough decisions.

You attribute to me remarks in Saskatoon about the necessity of CBC for rural areas, which indeed I said and I say regularly. You then go on to draw from that an inference that is totally contrary to what I do believe; that is, somehow by saying CBC is vital to rural areas we come to the conclusion that in your words this means it has an obligation to continue to present high-quality American programs. I refer you to page five.

Now, I think in the Canada that I live in, which is even in my area becoming increasingly cabled, increasingly through satellite technology and fibre optic technology, do we want the best of all worlds? If we do, the taxpayer's tolerance for paying for it is long past. I think I can say that as a legislator, regardless of party or government or anything else.

• 1235

Do we want a CBC that tries to be the *Dallas* to the person who is only going to get CBC, or the *Three's Company*; or do we want a CBC that can provide Canadian culturally enriching regional programming and not grow up with stilted children because they did not see *Dallas* on CBC? We have to start to ask this question, because maybe if I am sitting in Toronto or Montreal deciding what we want for those poor deprived rural western Canadians I would make a statement like that. But I think even western Canadians and people in remote areas are saying they would rather a CBC we all can get, with good regional quality Canadian programming, and forget about *Dallas* or American programming.

Mr. Gruber: I have no problem with you, I am not quite sure how you picked that up, because that is the

[Translation]

Le président: C'est exact, merci.

M. Gormley: Bienvenue au Comité. J'ai lu votre mémoire avec grand intérêt, monsieur Gruber, et je viens d'entendre vos interventions. Je crois que, dans l'ensemble, le Comité est tout à fait d'accord sur la nécessité de la diffusion publique et de la programmation générale. J'aimerais cependant obtenir de vous des précisions sur certains points et apporter des corrections sur certains autres.

Ceux d'entre nous qui vivent dans les régions rurales, dans «l'arrière-pays du Canada», dans les régions rurales de l'ouest du Canada, voient la nécessité de projeter leurs différences en tant que Canadiens, tant dans la région qu'à l'échelle nationale, par la radio ou la télévision. Cependant, à mon avis, nous en sommes au point, et c'est une opinion personnelle, où nous devons peut-être prendre certaines décisions difficiles ou, du moins, mettre CBC dans une position où il prendra ses décisions.

Vous me prêtez des remarques, que j'aurais formulé à Saskatoon, sur la nécessité de CBC dans les régions rurales; j'en ai parlé et j'en parle régulièrement. De là, cependant, vous tirez des conclusions tout à fait contraire à ce que je crois, c'est-à-dire, en quelque sorte, qu'en disant que CBC est essentielle dans les régions rurales, nous en venons à la conclusion que, selon vos termes, cela signifie que nous devons continuer à présenter des programmes états-uniens de qualité élevée. Je me reporte à la page 5.

Dans le Canada d'aujourd'hui, où la câblodistribution ne cesse de grandir, de même que les transmissions par satellite ou par fibre optique, voulons-nous tirer le meilleur de ce qui existe? Si tel est le cas, la capacité des contribuables est depuis longtemps dépassée. Et je crois pouvoir le dire en tant que législateur, sans égard au parti, au gouvernement, ou à quoi que ce soit d'autre.

Voulons-nous une Société Radio-Canada qui essaie d'être le *Dallas* de la personne qui ne capte que son signal, ou encore son *Three's Company*, ou voulons-nous une Société Radio-Canada qui peut offrir aux Canadiens des émissions régionales enrichissantes, sur le plan culturel, sans pour autant que nos enfants soient cruellement désavantagés parce qu'ils n'auront pas pu voir *Dallas* au réseau d'État? Il nous faut commencer à poser la question, parce que, si je suis à Toronto ou à Montréal quand je décide ce que nous voulons faire pour les pauvres Canadiens défavorisés des régions rurales de l'Ouest, je penserais précisément de cette façon. Je pense toutefois que même les gens de l'Ouest et ceux des régions isolées nous disent qu'ils préfèrent avoir une Société Radio-Canada à laquelle tous les Canadiens peuvent avoir accès, qui leur offre une programmation canadienne régionale de qualité, et peu importe *Dallas* et le reste de la programmation américaine.

M. Gruber: C'est parfait, mais je ne sais pas très bien où vous avez pris cette idée, parce que c'est certainement

[Texte]

thrust of certainly the Quebec Farmers' Association and that is our thrust too.

Ms Ogilvie: I will just respond to this issue, because the point behind it—this was in the report as well—is that it is very important that, where CBC is the only service in rural Canada, people have come to enjoy *The National* and *The Journal* and the *fifth estate*, but also have come to enjoy American programs with high production values. We do not want to be in the position of depriving people of those programs and saying CBC is now going to be or ought to be a broadcaster that only carries high-quality Canadian programs. We would like you to be able to get a range of fare. We do not want ourselves to be in a position of creating an elitist television and depriving these people of programs they have become used to.

Mr. Gormley: But what I am saying to you is that there is a cost associated with this and it is a cost where Canadian taxpayers are saying let us start to make saw-offs and trade-offs. If you want that type of CBC to be broadcast as its mandate over the air to the entire country, it is not a reasonable proposition because somebody has to pay for it.

Mr. Gruber: If it was in terms of advertising—which you are understandably suggesting with regard to budgets—then you had to have absolute agreement in terms of priorities that we have to have strong regional and Canadian programming as number one, because no one else is going to do it. That is a fact and we want that.

Reflecting the rural constituency I represent, I have yet to hear the cries to stop spending money on public broadcasting from the number of meetings that we have held from the Gaspé to the Pontiac on this issue. Maybe there are in Toronto or whatever; I do not know. I cannot speak for that, but in the rural areas I do not hear that.

Mr. Gormley: Oh, do not misinterpret me. I am saying that we should continue to spend money on public broadcasting, but when tough decisions have to be made about what form that takes—

Mr. Gruber: I fully take your point, but the proposition or premise is that there is no more money for public broadcasting or it has to be limited. I would suggest that—it is not a question of all Canadians—the Canadians I work with in the rural areas do not accept the initial premise that money should be cut back on public broadcasting because of the dependence we feel that can be demonstrated that this group of Canadians have upon it. But you are quite right: if you set off on the premise that you are going to cut back the money, then in terms of prioritizing I think you would find everybody agreeing that we must have Canadian content first.

[Traduction]

dans ce sens que va la *Quebec Farmers' Association*, et nous aussi.

Mme Ogilvie: Je vais juste faire un commentaire là-dessus, parce que cela soulève la question—comme d'ailleurs le rapport—qu'il est très important de se rappeler que, dans les cas où le signal de CBC est le seul qui soit capté dans les régions rurales, les gens aiment bien sûr *The National*, *The Journal*, et *The Fifth Estate*, mais aussi des émissions américaines à gros budgets. Nous ne voulons pas être forcés de priver ces gens des émissions qu'ils aiment en leur disant qu'à partir de maintenant, CBC ne diffuserait plus «ou ne devrait plus diffuser» que des émissions canadiennes de grande qualité. Nous aimerions que les Canadiens puissent avoir accès à toute une gamme d'émissions. Nous ne voulons pas créer une télévision élitiste en privant le public des émissions qu'ils ont pris l'habitude de regarder.

M. Gormley: Ce que je vous dis, c'est que tout cela coûte quelque chose et que les contribuables canadiens nous disent dans ce cas-ci de commencer à laisser tomber et à accepter des compromis. Si vous voulez qu'une Société Radio-Canada de ce genre diffuse des émissions comme celles-là dans tout le pays, ce n'est pas raisonnable, parce que quelqu'un doit payer la note.

M. Gruber: Si c'est la publicité qui doit payer—et c'est manifestement ce que vous laissez entendre, compte tenu des budgets—il vous faut obtenir l'unanimité sur les priorités. La première priorité, c'est d'avoir une excellente programmation régionale et canadienne, parce que personne d'autre ne va nous l'offrir.

Je représente une collectivité rurale: on ne m'a pas encore dit qu'il fallait cesser de dépenser pour la programmation publique, en dépit du grand nombre de rencontres sur cette question auxquelles j'ai assisté, de la Gaspésie au fin fond du Pontiac. Peut-être certains se plaignent-ils de ces dépenses à Toronto ou ailleurs, mais je ne le sais pas. Je ne puis pas en parler, mais je sais qu'on ne se plaint pas dans les régions rurales.

M. Gormley: N'allez pas mal interpréter mes paroles. Je dis simplement que nous devrions continuer à dépenser de l'argent pour la radiodiffusion publique, mais que, quand il faut prendre des décisions difficiles sur la forme que cette radiodiffusion doit revêtir. . .

M. Gruber: Je vous suis très bien, mais vous partez du principe ou de l'hypothèse qu'il n'y a plus d'argent pour la radiodiffusion publique, ou qu'il faut limiter son budget. Pour ma part, je dirais que les Canadiens que je rencontre dans les régions rurales—il ne s'agit pas de tous les Canadiens—n'acceptent pas le principe selon lequel il faudrait réduire les crédits consacrés à la radiodiffusion publique, étant donné que nous croyons pouvoir démontrer qu'ils en sont tributaires. Cela dit, vous avez parfaitement raison: si vous partez du principe que vous allez réduire les dépenses, je suis convaincu que tout le monde sera d'accord sur les priorités: il faut assurer le contenu canadien d'abord.

[Text]

Mr. Gormley: I do not know if this is an intentional act—I do not believe it is—but I think you are misinterpreting me. I am saying that I am not accepting a premise that there must necessarily be cut-backs, but you are talking about continuing to extend regional service—

Mr. Gruber: Yes.

Mr. Gormley: —which is a new incremental capital cost.

Mr. Gruber: Correct.

Mr. Gormley: I am saying that if we are calling upon the taxpayer of Canada to make that kind of expense, then certain priorities must be made. To continue that cost of providing what you refer to as quality American programming over the air as part of the national mandate is not something I accept. Have I made myself clear?

Mr. Gruber: Yes.

Ms Ogilvie: I do not understand that it is a cost issue, because we make money by leaving American programming on television. We are not saving money by eliminating it.

Mr. Gormley: It is the only revenue source of CBC presently.

Ms Ogilvie: Exactly. Is your cost production a distribution problem, that we have one system for rural Canadians and one system for urban Canadians?

Mr. Gormley: We have one over-the-air system by the very mandate of CBC, and this is what this committee is struggling with.

I just want to set straight that the proposition that CBC is the only source for many Canadians should not be interpreted by your organization that the proposition then becomes an obligation to continue to provide what you call high-standard American TV, that this is not accepted—

• 1240

Ms Ogilvie: Oh, I am sorry.

Mr. Gormley: —by the members of this committee and it is certainly not accepted by the person you have drawn to saying that. So I just want to make it clear to you and to the CAAE that this is the view of this member.

Ms Ogilvie: I was having a problem figuring out what the issue was in your mind. The issue is certainly to increase the quality of Canadian production. We have said that the remarks by Eric Mallng were very disturbing. That is absolutely a priority.

What we are saying about American programming is we simply are not suggesting right away, until fibre optics and cable really do reach all Canadians, that it be instantly cut. That is all, that we do not think CBC should have to provide high-quality American programming, but

[Translation]

M. Gormley: Je ne sais pas si vous le faites à dessein—je ne le pense pas—mais je pense que vous interprétez mal ce que je dis. Je dis que je n'accepte pas l'hypothèse qu'il doive nécessairement y avoir des coupures, mais vous parlez de continuer à accroître le service régional. . .

M. Gruber: Oui.

M. Gormley: . . . ce qui représente une nouvelle augmentation des dépenses d'immobilisations.

M. Gruber: C'est exact.

M. Gormley: Je dis alors que, si nous demandons aux contribuables de faire des dépenses de ce genre, nous devons adopter certaines priorités. Dans ce contexte, je n'accepte pas de continuer à payer pour offrir aux Canadiens ce que vous appelez des émissions américaines de qualité dans le contexte du mandat national de la Société Radio-Canada. Est-ce que c'est clair?

M. Gruber: Oui.

Mme Ogilvie: Je ne pense pas que le coût soit le facteur déterminant, étant donné que nous faisons de l'argent en présentant des émissions américaines à la télévision. Nous n'en économisons pas en les éliminant.

M. Gormley: C'est la seule source de recettes de la Société Radio-Canada pour le moment.

Mme Ogilvie: Exactement. Votre coût de production est-il lié à un problème de distribution, pour que nous ayons un système à l'intention des Canadiens des régions rurales et un autre pour ceux des régions urbaines?

M. Gormley: Le mandat de la Société Radio-Canada prévoit un seul système de radiodiffusion, et c'est précisément le problème que le Comité cherche à résoudre.

Je veux simplement qu'on ne s'y trompe pas: le fait que la Société Radio-Canada est la seule source d'émissions de télévision pour de nombreux Canadiens ne devrait pas être interprété par votre organisation pour dire qu'elle doit continuer à offrir ce que vous appelez des émissions américaines de grande qualité, que cela n'est pas accepté. . .

Mme Ogilvie: Oh, pardon!

M. Gormley: . . . par les membres du Comité et certainement pas par la personne que vous avez amenée à faire cette déclaration. Je veux simplement que l'ACEA et vous-même compreniez bien ce que je pense.

Mme Ogilvie: J'avais du mal à comprendre ce que cela signifiait pour vous. De toute évidence, il s'agit d'améliorer la qualité des productions canadiennes. Nous avons dit que les remarques d'Eric Mallng étaient extrêmement troublantes. C'est une priorité absolue.

Ce que nous disons au sujet des émissions américaines, c'est tout simplement que nous ne proposons pas qu'on les élimine tout de suite, tant que les Canadiens n'auront pas tous accès aux fibres optiques et au câble. C'est tout: nous ne pensons tout simplement pas que la Société

[Texte]

it is there now and real Canadians should not be deprived of it. It should not become an exclusively publicly funded channel so that there is no way they can have access to those programs. Is that unclear?

Mr. Gormley: Yes. I do hear certain qualifiers in your statement now that were not in your brief—broad qualifiers.

Ms Ogilvie: Okay. That is the point behind that.

Mr. Gruber: We do not have an argument, I think, essentially. It is just a question of the clarification that. . .

Mr. Gormley: One point on regional programming. I am wondering about representation of the anglophone community in Quebec. You have laid out some specific instances. Is it more a problem of the transmission of such, or the programming priority? What are you seeing as the main concern?

Mr. Gruber: In terms of a trend, we have to congratulate the CBC over the last five years for the programming they are providing. In terms of answering directly to the needs, we perhaps hold the record in Quebec of having the most sensitive CBC directorate, probably in all of Canada from what I can understand. We have had new programs introduced; we have had new coverage areas opened up—that is, until the budget cuts. We are very pleased with that. The problem right now is maintaining the service we have and introducing it to the areas not now receiving it. That is the essence of it.

We have to congratulate the CBC for the work they have done over the last five years in improving programming to rural Quebec for those who can get it.

Ms Ogilvie: It is also a production issue with respect to Radio-Québec, and I would be interested to know if your committee has any comments or advice to give to us, because it is really an enigma to us how you go about finding space, finding a voice in a broadcasting system that is essentially your own but from which you are excluded. Is there anything you can suggest?

The Chairman: We are going to try to grapple with some of these issues, and of course that is another, as Mrs. Finestone has just pointed out, that is an issue to take up with the Quebec Minister as well.

Mr. Caldwell: I found the comments of Mr. Gormley rather interesting. I tend to agree with you: I am not sure anybody is ready for a full diet of CBC only. The people who are not able to get those other channels deserve some light entertainment the odd time.

[Traduction]

Radio-Canada devrait être forcée d'offrir à ses auditeurs des émissions américaines de qualité, mais elle le fait, c'est une réalité et les Canadiens ne devraient pas en être privés. La Société Radio-Canada ne devrait pas devenir une chaîne exclusivement financée par l'État, ce qui aurait pour résultat d'empêcher certains Canadiens d'avoir accès à ces émissions. Vous me suivez?

M. Gormley: Oui. Vous venez de faire des réserves que vous n'aviez pas dans votre présentation; ce sont de grosses réserves.

Mme Ogilvie: Oui. C'est sa raison d'être.

M. Gruber: Fondamentalement, je ne pense pas que nos positions soient inconciliables. Il faut tout simplement tirer au clair. . .

M. Gormley: Je voudrais faire une remarque sur la programmation régionale. Je me pose des questions sur la représentation de la collectivité anglophone du Québec. Vous avez donné quelques exemples précis. S'agit-il plus d'un problème de transmission ou bien des priorités de programmation? Quel est le noeud du problème, à votre avis?

M. Gruber: Globalement, nous devons féliciter la Société Radio-Canada pour sa programmation des cinq dernières années. La façon dont la direction locale de la Société a directement répondu aux besoins est peut-être la meilleure du Canada, d'après mes renseignements. On nous a donné de nouvelles émissions et il y avait de nouveaux secteurs représentés, du moins jusqu'aux restrictions budgétaires. Nous sommes très contents de ces réalisations. Aujourd'hui, la difficulté consiste à maintenir le service que nous avons et à l'introduire dans les régions qui n'en bénéficient pas encore. C'est essentiellement ce qui se passe.

Je le répète, nous devons féliciter la Société Radio-Canada pour l'amélioration qu'elle a apportée ces cinq dernières années à sa programmation dans les régions rurales du Québec, pour ceux qui peuvent capter ces émissions.

Mme Ogilvie: C'est aussi une question de programmation dans le cas de Radio-Québec, et j'aimerais savoir si votre Comité a des commentaires ou des conseils à nous donner là-dessus, parce que c'est vraiment une énigme pour nous de trouver le moyen d'avoir du temps et un porte-parole dans un système de radiodiffusion qui nous appartient, sommes toutes, mais dont nous sommes exclus. Avez-vous quelque chose à nous proposer?

Le président: Nous allons essayer de nous attaquer à certaines de ces questions. Comme M^{me} Finestone vient de le faire remarquer, nous avons l'intention de parler de ce que vous soulignez avec le ministre intéressé du gouvernement du Québec aussi.

M. Caldwell: J'ai trouvé les commentaires de M. Gormley très intéressants. Je tendrais à être d'accord avec vous. Je ne suis pas sûr que quiconque soit prêt à ne capter que les émissions de la Société Radio-Canada. Ceux qui n'ont pas accès aux autres chaînes ont bien le droit de

[Text]

My background was in farm broadcasting for many years with the CBC, and we used to have conversations with Marc Côté. I do not know whether he still does his show or not, but he has been at it a long time if he is still at it.

Where do you live? Where are you from?

Ms Ogilvie: I live in Pontiac County, western Quebec, so I do not get any English-language programming from CBC in Quebec.

Mr. Caldwell: In your brief you said that you were in favour of the storefronting concept, but you went as far as saying that any area with a population over 500 should have a CBC presence. Did I read that correctly?

• 1245

Mr. Gruber: Yes, I think that was based on the qualifications under the Accelerated Coverage Program. That was the norm that was introduced, I believe, under that program.

Mr. Caldwell: But you do realize that it would be a terribly expensive proposition, although it might be nice to have it?

Mr. Gruber: Yes, it would be expensive. But to our minds there is a principle at stake here too. No one gives us a discount for living in those areas with regard to our taxes. There is a feeling that the people in those areas are paying for the system but not being able to take advantage of something that is, I think the whole committee would acknowledge, of—

Mr. Caldwell: But if you put things on a priority basis, this committee will know that we visited London, Ontario, which does not have a CBC presence in it because the station is going to disaffiliate. They have no radio, owned and operated, no TV, and it represents an area of 1.4 million people. So on a priority basis, do we get down to a 500-person storefront operation? I realize your situation is different, but we are asking the CBC to do a lot of things for a lot of people all the time. How much of an increase should we give the CBC in appropriations for their budgets?

Mr. Gruber: At this point, the feeling in our meetings has been that everybody should have at least access to what is available now.

Mr. Caldwell: When the CBC supposedly had money—this is what everybody thinks, that they have been cut, therefore they must have had enough money at one stage of the game—they did not do all these things that they should have been doing at that time.

[Translation]

regarder de temps en temps les émissions pour se détendre.

Pendant bien des années, j'ai travaillé dans le secteur des émissions agricoles de la Société; mes collègues et moi-même avions alors des conversations avec Marc Côté. Je ne sais pas s'il a encore son émission, mais s'il l'a encore, il s'en occupe depuis bien longtemps.

Où habitez-vous? D'où venez-vous?

Mme Ogilvie: J'habite dans le comté de Pontiac, dans l'ouest du Québec, où je ne capte aucune émission en langue anglaise réalisé au Québec par la Société Radio-Canada.

M. Caldwell: Dans votre présentation, vous avez dit que vous étiez en faveur du concept d'un service très accessible, mais vous êtes allé très loin, en disant que la Société Radio-Canada devrait manifester sa présence dans toutes les régions dont la population dépasse 500 habitants. Ai-je bien compris?

M. Gruber: Oui, je pense que c'était fondé sur les critères du Plan de rayonnement accéléré. C'est la norme qui a été introduite dans ce contexte, je crois.

M. Caldwell: Vous rendez-vous compte que ce serait bien beau, mais que cela coûterait terriblement cher?

M. Gruber: Oui, cela coûterait cher, mais c'est pour nous une question de principe. Personne ne nous accorde de rabatement fiscal parce que nous habitons dans ces régions-là. Nous nous disons que les gens de ces régions paient pour le système sans pouvoir profiter d'un avantage qui, je pense que tout le Comité serait d'accord. . .

M. Caldwell: Pourtant, si l'on établit des priorités, notre Comité sait, pour avoir visité London, que la Société Radio-Canada n'est pas présente dans la ville, parce que sa station de télévision se prépare à se désaffilier. Les gens de London n'ont pas de station de radio qui leur appartienne et qui soit exploitée par l'un d'eux, ils n'ont pas de télévision et leur région regroupe 1,4 million de Canadiens. Si nous acceptons l'idée qu'il faut avoir des priorités, à quel moment arriverons-nous à nous occuper d'un public de 500 personnes? Je sais que votre situation est bien particulière, mais nous demandons constamment à la Société Radio-Canada de faire bien des choses pour bien des gens. Jusqu'à quel point devrions-nous alors augmenter ses crédits budgétaires?

M. Gruber: Au point où nous en sommes, nous nous disons dans nos rencontres que tout le monde devrait avoir au moins accès aux services offerts maintenant.

M. Caldwell: Quand la Société Radio-Canada avait de l'argent—c'est ce que tout le monde pense, étant donné que son budget a été réduit, c'est qu'elle devait avoir assez d'argent à un moment ou l'autre—elle ne faisait pas tout ce qu'elle aurait dû faire.

[Texte]

Mr. Gruber: I can only speak from the context of Quebec, where we were in close discussions with them over seven years on this question of coverage. Our first priority was to bring it to the Gaspé coast; they did it. The next one was to have a full-time reporter there; they did it. The next one was to bring it to western Quebec, and they had a plan for that from Maniwaki with the satellite coverage. They developed technical problems, but they are continuing to develop it. The next one was to get it to the townships, and they had a plan for that and they had money set aside for it and they made specific application to the Minister of Communications in Quebec.

So as lay people, it certainly appeared to us that they were doing it when they had the money. Then the budget cuts came along and the plans for western Quebec—

Mr. Caldwell: What year was that?

Mr. Gruber: It was two years ago.

Mr. Caldwell: You are aware that the major cut came in 1981-82? They were cut by 12.5% that year. The big cut did not come in 1984. I just wanted to set that straight on the record. The point I am making is that cut went through and there was barely a whimper.

Mr. Gruber: The question you asked me was were they doing their job when they had more funds. The answer is yes, they were—as far as we can judge as lay people.

Mr. Caldwell: But possibly they could have even been doing more?

Mr. Gruber: Well, as consumers we would always ask for more.

Mr. Caldwell: Let me ask you one, just getting back onto the agricultural scene. Do you get CBC English television?

Mr. Gruber: Yes.

Mr. Caldwell: A couple of years back they moved the program—and we are not here to program the CBC, by the way—*Country Canada* from Toronto to Winnipeg. Are there now fewer programs out of Quebec?

Mr. Gruber: This is a regular item at our conferences, as you can imagine. That and when the game is pre-empted by football get the people very angry. In fact, the person who used to work in my office, Jim Feeney, is now, as you know, one of the producers there, so we ensure that regular trips are made. We always ask for more to Quebec. But we ensure that they do come to Quebec. We would rather it was more often. But I can imagine—you talk about practicalities—if they take it

[Traduction]

M. Gruber: Je peux parler seulement de la situation au Québec, où nous avons eu de nombreuses discussions avec les représentants de la Société pendant sept ans sur cette question même du rayonnement. Notre première priorité, c'était d'obtenir des services sur la côte de la Gaspésie; nous les avons obtenus. Ensuite, nous voulions avoir un journaliste à temps plein dans cette région-là, et nous l'avons eu. Notre troisième priorité était d'avoir des services dans l'ouest du Québec: la Société comptait le faire à partir de Maniwaki, grâce aux satellites. Elle avait dû surmonter des difficultés techniques, mais elle allait de l'avant. Par la suite, nous aurions voulu avoir le service dans les Cantons de l'Est. La Société l'avait prévu, elle avait réservé des fonds pour le faire et présenté une demande en ce sens au ministre des Communications du Québec.

Nous sommes des profanes, mais il nous semblait manifestement que la Société nous donnait le service que nous voulions quand elle avait l'argent pour le faire. Quand on a réduit son budget, les plans tirés pour l'ouest du Québec. . .

M. Caldwell: En quelle année était-ce?

M. Gruber: C'était il y a deux ans.

M. Caldwell: Vous savez que la principale coupure remonte à 1981-1982? Le budget a été réduit de 12,5 p. 100 cette année-là. Autrement dit, ce n'était pas en 1984. Je tenais à le préciser. Je veux tout simplement dire que le budget a été réduit cette année-là et qu'à peu près personne ne s'est plaint.

M. Gruber: Vous m'avez demandé si la Société faisait son travail quand elle avait plus d'argent. Je vous ai répondu que oui, dans la mesure où des profanes comme nous peuvent en juger.

M. Caldwell: N'aurait-elle pas pu en faire encore davantage?

M. Gruber: Bien sûr, en tant que consommateurs, nous en réclamions toujours davantage.

M. Caldwell: Je voudrais vous poser une autre question, pour revenir au secteur agricole. Captez-vous les émissions du réseau anglais de télévision de la Société?

M. Gruber: Oui.

M. Caldwell: Il y a deux ans, la Société a fait déplacer l'émission *Country Canada*—et nous ne sommes pas ici pour «programmer la Société», soit dit en passant—de Toronto à Winnipeg. Y a-t-il moins d'émissions réalisées au Québec pour cette série depuis?

M. Gruber: Nous en parlons régulièrement à nos réunions, vous pensez bien! La situation nous irrite, comme d'ailleurs les cas où l'émission est annulée parce qu'il y a un match de football. En fait, Jim Feeney, qui travaillait autrefois dans mon bureau, est maintenant l'un des producteurs de la série, de sorte que nous faisons en sorte que l'équipe de production se déplace régulièrement. Nous réclamons toujours plus d'émissions réalisées au Québec, mais nous prenons les moyens pour

[Text]

away from Winnipeg then you will have the same question raised in Winnipeg.

Mr. Caldwell: But you still feel that on a national basis—

Mr. Gruber: No. If you are talking specifically about the farm community, they say they would rather have them in Quebec more for that particular program.

Mr. Caldwell: In defence of farm broadcasting, things are different today than they were 20 years ago. The demands farmers have for information are not as great or in the same way as they were 20 years ago or 10 years ago. They get their information in very different ways today than they got it 20 years ago. If a farmer has to depend on radio for his markets, he has problems.

• 1250

Mr. Gruber: The point of greatest contention about farm broadcasting, since you brought it up, is why do Radio-Canada and the English CBC not work more hand in hand? They have a weekly program here, *La semaine verte*, which we have asked many times... and as lay people, we cannot see why they cannot use items from that. It seems to me it is more in-fighting between Radio-Canada and CBC that stops use of that kind of material. It is locally produced material by our public corporation on agriculture in Quebec that is not being used.

The Chairman: It could also be a question of union turf.

Mr. Caldwell: Mr. Gruber, just one final question. I always like to know who I am talking to, because you know who you are talking to. Are you a working farmer, or did you work for the CBC? You said you knew Mr. Feeney.

Mr. Gruber: He worked for the Quebec Farmers' Association. I have worked on and managed a farm, and now I have been director of the Quebec Farmers' Association for the last eight years, at Macdonald College.

Mr. Caldwell: As a full-time position?

Mr. Gruber: Yes, that is my job.

Mrs. Finestone: I can empathize with the sense of being disenfranchised because you are English-speaking Quebecers, and it irritates me no end. I have made that very clear and publicly stated my position in that regard. It reminds me of the Boston Tea Party, which said no taxation without representation.

About no taxation without representation, may I please encourage you to see not only the Minister but the

[Translation]

que les producteurs viennent au Québec. Nous aimerions qu'ils le fassent plus souvent, bien sûr, mais je comprends fort bien—vous parlez de questions pratiques—que si l'émission n'était plus produite à Winnipeg, on soulèverait la même question là-bas.

M. Caldwell: Mais vous pensez toujours que, à l'échelle nationale...

M. Gruber: Non. Les cultivateurs disent qu'ils préféreraient qu'on réalise plus d'émissions de cette série-là au Québec.

M. Caldwell: A la décharge des émissions à caractère agricole, je dois dire que la situation a bien changé depuis 20 ans. Les besoins d'information des agriculteurs ne sont plus aussi grands qu'il y a 20 ans ou même 10 ans, ils ne sont plus les mêmes. Aujourd'hui, ils obtiennent leur information de façon bien différente qu'il y a 20 ans. Le cultivateur qui a besoin de la radio pour se renseigner sur ses marchés a de gros problèmes.

M. Gruber: Puisque vous soulevez la question, je vous dirai que le plus grand mystère dans le domaine des émissions agricoles, c'est de savoir pourquoi le réseau français et le réseau anglais de la Société ne travaillent pas plus la main dans la main. Au réseau français, il y a une série hebdomadaire, *La semaine verte*, que nous avons réclamée bien des fois... et, en tant que profanes, nous ne voyons pas pourquoi le réseau anglais ne peut pas se servir d'éléments de la série du réseau français. Il me semble que la raison pour laquelle il n'y a pas d'interpénétration entre les deux réseaux est due à des querelles de clôcher de ce genre. Ces émissions sont produites localement, au Québec, par la Société, et elles ne sont pas utilisées au maximum.

Le président: Il pourrait ainsi s'agir d'un conflit entre syndicats.

M. Caldwell: Monsieur Gruber, j'aurais une dernière question à vous poser. J'aime toujours savoir à qui je parle, parce que vous savez à qui vous parlez. Êtes-vous un cultivateur ou êtes-vous un ancien de la Société Radio-Canada? Vous avez dit que vous connaissiez M. Feeney.

M. Gruber: Il travaillait pour la *Quebec Farmers' Association*. J'ai travaillé dans une exploitation agricole et j'en ai dirigé une. Depuis huit ans, je suis secrétaire général de la *Quebec Farmers' Association*, au Collège Macdonald.

M. Caldwell: À temps plein?

M. Gruber: Oui, c'est là que je travaille.

Mme Finestone: Je peux comprendre le sentiment de rejet que vous éprouvez en tant qu'anglophones du Québec, et cela m'irrite au plus haut point. Je l'ai dit très clairement en public. Cela me rappelle le *Boston Tea Party*, où l'on a dit que nul ne devait être imposé sans être représenté.

À cet égard, je me permets de vous dire de ne pas vous contenter de rencontrer la ministre, mais aussi les gens du

[Texte]

Department of Communications and let your voice be heard loud and clear about Radio-Québec. I think you are taxpayers to Radio-Québec, and therefore you deserve, on an \$800,000 to \$6 million ratio, at least a voice to that extent.

Do you get CTV?

Ms Ogilvie: Yes.

Mrs. Finestone: So you are not isolated from news of Quebec.

Ms Ogilvie: CTV from Ottawa.

Mr. Gruber: Also, not all areas get CTV. Again, you have to subdivide the rural areas into those in the towns, which can get cable, and those—

Mrs. Finestone: What is the percentage of cable, Mr. Gruber?

Mr. Gruber: That I could not tell you per se. All I know is my clientele do not get it. That is all I can tell you.

Mrs. Finestone: I am listening, and I agree in the matter of principle. As a matter of principle, every Canadian taxpayer pays to the public broadcasting system, and it is my view that whether you are a francophone in Québec or an anglophone in Québec, you have the right to that public service in radio and television. I cannot for the life of me understand why that is not the case. I understand the financial constraints of extending service, but certainly I would rather see some cuts in the large urban areas and the rural areas getting some kind of service.

My concern here is I do not understand the cabling. As we are given to understand, 85% of the homes of Quebec have access to cable. Of the 85% of homes having access to cable, certainly the Châteauguay, the Outaouais, and l'Estrie, which is Sherbrooke, are cabled. Are you telling me you are not cabled for the most part, and therefore you cannot receive CBC by cable?

Mr. Gruber: You have to live in a town. For example, I remember the big hoopla when it was introduced in Shawville a year ago. But if you live a few miles outside of Shawville, you are not going to get cable. I can assure you the majority of the citizens I represent in the farming community do not get it.

Mrs. Finestone: And they do not get satellite?

Mr. Gruber: Some of them have satellite, but not many, I assure you.

Mrs. Finestone: Well, I have driven the Shawville route very often. You have a dish or you have an antenna or you have a cable.

[Traduction]

ministère des Communications, en disant clairement ce que vous pensez de Radio-Québec. Comme contribuable, vous contribuez à financer Radio-Québec, je pense, de sorte que vous avez droit à un service correspondant au moins aux 800,000\$ que vous versez sur ces 6 millions de dollars.

Captez-vous les émissions de CTV?

Mme Ogilvie: Oui.

Mme Finestone: Vous n'êtes donc pas isolés des nouvelles du Québec.

Mme Ogilvie: Nous captons le signal de CTV d'Ottawa.

M. Gruber: Et encore, le signal de CTV n'est-il pas capté dans toutes les régions. Il faut répartir les régions rurales en deux: les villes peuvent obtenir le câble et les autres...

Mme Finestone: Quel est le pourcentage de pénétration du câble, monsieur Gruber?

M. Gruber: Je ne pourrais pas vous le dire. Tout ce que je sais, c'est que ma clientèle ne l'a pas. C'est tout ce que je peux vous dire.

Mme Finestone: Je vous écoute, et je suis d'accord avec vous sur la question de principe. En principe, tous les contribuables canadiens contribuent au système public de radiodiffusion, de sorte qu'à mon avis, que vous soyez francophone ou anglophone au Québec, vous avez le droit d'obtenir ce service public à la radio et à la télévision. Je ne peux vraiment pas comprendre pourquoi ce n'est pas le cas. Je comprends qu'il puisse coûter cher d'offrir les services nécessaires, mais je préférerais certainement que l'on réduise le service dont jouissent déjà les grandes villes pour offrir un certain service aux régions rurales.

En ce qui nous concerne, je ne comprends pas ce qui se passe pour le câble. Si je comprends bien, 85 p. 100 des foyers du Québec ont accès au câble. Manifestement, la région de Châteauguay, l'Outaouais et l'Estrie, c'est-à-dire Sherbrooke, ont certainement le câble dans ces conditions. Êtes-vous en train de me dire que la plupart de vos membres n'ont pas le câble et que, par conséquent, ils ne peuvent pas capter le signal de la Société grâce au câble?

M. Gruber: Pour avoir le câble, il faut habiter dans une ville. Je me rappelle par exemple tout le tapage que l'introduction du câble à Shawville a fait l'an dernier. Par contre, les gens qui habitent à quelques milles à l'extérieur de Shawville n'auront pas le câble. Je puis vous assurer que la majorité des citoyens du secteur agricole que je représente ne l'ont pas.

Mme Finestone: Et ils ne captent pas les signaux diffusés par satellite?

M. Gruber: Certains d'entre eux le font, mais pas beaucoup, je vous l'assure.

Mme Finestone: Eh bien, je suis très souvent passé par Shawville en voiture: les gens on une antenne parabolique, une antenne ordinaire ou le câble.

[Text]

Ms Ogilvie: We have to make clear too that throughout western Quebec CBC is received; but it is the CBC feed from Ontario. So what is not received is any news except what Ottawa in a sympathetic mode includes as having come from Quebec. We do not receive any of the English community network from CBC Radio or news on television. So it is not CBC per se. Again, you will have to adjust your principle and decide if people ought to have access to CBC or access to regional CBC in order to be attached to their provincial roots.

Mrs. Finestone: I do not have to adjust it, because it is written right here on my paper. It says "national and regional". So I feel quite strongly about national and regional. I could add "local", but I do not feel as strongly about the local in that sense.

• 1255

My premise has been that if you are a taxpayer in this country, you have the right to English and French on public service across the land. I assume you agree with that, and the sense of being disenfranchised, with a population that is larger, practically, than the whole of the maritime region, is a little disconcerting.

About community radio, first of all, I understand you have, what, two or three English-speaking community radios across Quebec.

Ms Ogilvie: I think there are three. I would have to confirm that.

Mrs. Finestone: Even though you do not feel that is the replacement on the public service, have you considered encouraging the development of community radio in those sectors of the English population that live outside the metropolitan and urban centres?

Mr. Gruber: You highlighted the point of whether it is the correct answer. We do know of the example in the Pontiac where this was tried, and I guess it would be a good example of where there was a problem and they tried the community radio approach. I am sure your committee is familiar, or you are, probably, being from Quebec, with the problems of community radio in the Pontiac. I think they are almost being closed down right now by the CRTC.

Mrs. Finestone: Is that the one that applied for—

Mr. Gruber: CHIP-FM, yes. It is a solution to something other than what we see as the problem. We are

[Translation]

Mme Ogilvie: Nous devrions préciser que le signal du réseau anglais de la Société Radio-Canada est capté dans tout l'ouest du Québec, mais ils vient de l'Ontario. Autrement dit, les seules nouvelles du Québec que nous recevons sont celles qu'Ottawa considère, dans sa largesse, comme des nouvelles du Québec. Nous ne captons pas d'émissions du réseau communautaire de langue anglaise à la radio anglaise de la Société Radio-Canada et nous n'avons pas de nouvelles de ce genre à la télévision. Autrement dit, nous n'avons pas vraiment accès au réseau anglais de la Société Radio-Canada. Là encore, il faut ajuster ses principes pour décider si le public devrait avoir accès au réseau national anglais de la Société ou à son réseau régional anglais pour ne pas perdre ses racines provinciales.

Mme Finestone: Je n'ai pas besoin d'ajuster mes principes, parce que je vois ici noir sur blanc sur mon document les mots «national et régional». Je tiens profondément aux deux. Je pourrais ajouter le mot «local» mais je ne tiens pas autant à cette notion dans ce contexte-ci.

Je pars du principe que le contribuable canadien a le droit d'obtenir des services publics en anglais et en français dans tout le pays. Je suppose que vous êtes d'accord sur ce point; le sentiment d'être rejeté quand on fait partie d'un groupe numériquement plus important, à toutes fins utiles, que toute la population des Maritimes, est pour le moins troublant.

Parlons d'abord de la radio communautaire: vous avez deux ou trois stations de radio communautaire de langue anglaise au Québec, si mes renseignements sont bons.

Mme Ogilvie: Je pense qu'il y en a trois. Je devrai vérifier pour vous le confirmer.

Mme Finestone: Même si vous jugez que cela ne remplacerait pas le service public, avez-vous songé à favoriser le développement des stations de radio communautaires dans les secteurs de la population de langue anglaise qui vit à l'extérieur des régions métropolitaines et des villes?

M. Gruber: Vous avez bien souligné qu'il faut se demander si c'est la bonne façon de procéder. Nous savons, d'après l'expérience tentée dans la région du Pontiac, qu'on a essayé de le faire. Je pense que ce serait un bon exemple d'une situation où, après avoir constaté qu'il y avait un problème, on a tâté de la radio communautaire. Je suis sûr que votre Comité est au courant des difficultés de la radio communautaire du Pontiac, ou que vous l'êtes vous-même, sans doute, étant donné que vous êtes du Québec. Je pense que le CRTC est en train de les forcer à fermer leurs portes.

Mme Finestone: S'agit-il de la station qui a demandé. . .

M. Gruber: C'est CHIP-FM, oui. C'est une façon de répondre à un problème différent de celui que nous

[Texte]

not looking to speak to ourselves. We have local newspapers and what have you to—

Mrs. Finestone: I understand you, Mr. Gruber. But I am saying also as the French have shown an extremely innovative approach to broadcasting and to the production of important programming for French in Quebec, and I think you can only say congratulations for what they have done, we as an English-speaking minority, who have rights, I hope, also have to show some creativity and some dynamism. And one of the ways it could be done is through the community radio. You have Heritage College, the campus outside the Hull region. I cannot see any reason why you cannot get some of English programming and some kind of networking done in that regard. If you have to do it through community radio because CBC does not seem to be able to respond right now, why can you not look at some alternatives that would answer the need for information, which is the primary need, and then go the political route on the balance?

Mr. Gruber: In the particular example you gave of the Pontiac, I think you can appreciate the problem of trying to start another community radio station in that area, given what has already happened to the first attempt. I would suggest—and it is not my area of expertise—it would be unrealistic to expect mass support to be given to that idea, given what happened to CHIP-FM.

It will be interesting for our entire community to see what will happen to the efforts in the Châteauguay Valley, where they are trying to start one for that region. It may show whether that is the route to take or not. In fact, some members of the QFA are participating in that to see whether it can be used as a model.

Ms Ogilvie: I would like to stress about community radio too, because I am very familiar with the Pontiac example, a bit too familiar—

Mrs. Finestone: I am not only thinking of the Pontiac, quite frankly.

Ms Ogilvie: No. But as a medium of distributing news and information and just general community spirit... It is extremely difficult for a group of people to learn how to do broadcasting. Broadcasting has complicated techniques, technology. It takes a lot of time, an enormous amount of sweat equity, an enormous amount of commitment on behalf of the community. Community radio broadcasters in French have done amazing things. They have also really sweated blood to get that system up and running. When we are saying that really we would be happy with a little transmitter that would bring us news from Quebec so we are aware what the National Assembly is talking about from now until Christmas, it just seems such a simpler solution to call it a "distribution system".

[Traduction]

études ici. Nous n'essayons pas de dialoguer entre nous. Nous avons des journaux locaux et ce qu'il faut pour. . .

Mme Finestone: Je vous comprends, monsieur Gruber. Toutefois, je vous dis aussi que les francophones ont fait preuve d'une grande originalité dans le domaine de la radiodiffusion et de la production des émissions importantes pour les francophones du Québec; je pense qu'il faut les féliciter pour ce qu'ils ont fait et qu'à titre de minorité de langue anglaise, une minorité qui a des droits, je l'espère, nous devons aussi faire preuve d'une certaine créativité et d'un certain dynamisme. Une des façons de le faire serait de nous lancer dans la radio communautaire. Vous avez le campus *Heritage*, juste à l'extérieur de Hull. Je ne vois pas pourquoi vous ne pourriez pas réaliser des émissions en anglais et établir une sorte de réseau dans ce sens-là. Si vous êtes forcés de le faire à la radio communautaire parce que le réseau anglais de la Société Radio-Canada ne semble pas en mesure de répondre à vos besoins dans l'immédiat, pourquoi ne vous tourneriez-vous pas vers d'autres solutions qui répondraient à vos besoins d'information, c'est-à-dire à vos besoins essentiels, en ayant recours à des moyens politiques pour le reste?

M. Gruber: Si je songe à l'exemple que vous avez donné du Pontiac, je pense que vous verrez à quel point il est difficile de lancer une autre station de radio communautaire dans cette région-là, compte tenu des résultats obtenus la première fois. Je croirais—et je ne suis pas expert en la matière—qu'il ne serait pas réaliste de s'attendre à ce que les gens appuient une idée pareille avec beaucoup d'enthousiasme, compte tenu de ce qui est arrivé à CHIP-FM.

Il sera intéressant pour toute notre collectivité de voir ce qui arrivera dans la vallée de Châteauguay, où un groupe essaie de créer une station dans la région. Nous verrons peut-être si c'est la voie à prendre ou pas. En fait, certains membres de la QFA sont de la partie, pour voir si cette station pourrait servir de modèle.

Mme Ogilvie: Au sujet de la radio communautaire, j'aimerais insister sur un point précis, étant donné que je connais très bien le cas du Pontiac, trop bien même. . .

Mme Finestone: Je ne pensais pas seulement au Pontiac, pour parler franchement.

Mme Ogilvie: Non, mais en tant que moyen de diffusion de nouvelles, d'informations, en tant que moyen d'animation de l'esprit communautaire... il est extrêmement difficile d'apprendre à faire de la radio. Les techniques et la technologie sont complexes. Il faut du temps, énormément de travail et aussi beaucoup de dévouement pour la collectivité. Les francophones ont accompli des choses étonnantes, mais ils ont sué sang et eau pour établir leur radio communautaire, sur des bases solides. Ce que nous disons ici, c'est que nous serions bien contents d'un petit émetteur qui nous transmettrait des nouvelles du Québec, de façon que nous sachions de quoi l'Assemblée nationale compte parler d'ici Noël. Il semble tellement plus simple de parler d'un «système de distribution».

[Text]

Mrs. Finestone: Ms Ogilvie, I agree with you. Your brief speaks for itself. There is no question the Government of Quebec, as does the Government of Canada, has an obligation to its minority. It said so in Meech Lake. I am waiting to see if they really put it into action. Using the fundamental characteristic of Canada, its bilingual nature, and that anglophones live in Quebec to the extent of just under one million people, it is obvious there needs to be some service. The question is how to get the service, and I am suggesting to you that your brief speaks to that issue. You have support on that issue, but I still do not think that allows us not to look at some of the other kinds of options. That was the point I was trying to make.

• 1300

The Chairman: Thank you, Mrs. Finestone. Mr. Blackburn, please.

M. Blackburn (Jonquière): Vous nous parlez de Radio-Québec qui ne diffuse pratiquement pas en langue anglaise dans votre secteur, ni même ailleurs au Québec. Avez-vous parlé de cela aux dirigeants de Radio-Québec et, si oui, quelle a été leur perception?

Mme Ogilvie: En tant qu'organisme, QAAL n'a pas abordé Radio-Québec jusqu'à maintenant. Si on ne l'a pas fait, c'est qu'un autre groupe du Québec auquel nous ne sommes pas reliés, Alliance Québec, l'a fait à plusieurs reprises. Ils ont fait des demandes auprès de Radio-Québec, et on leur a toujours refusé le service étant donné qu'il n'y avait pas assez d'argent pour lancer un deuxième service. De plus, on leur disait que les anglophones étaient déjà assez bien servis. Radio-Québec a déjà dit à d'autres groupes que le service de programmation disponible en anglais était beaucoup plus important que le service offert à d'autres minorités du pays.

Notre organisme est en train de bâtir une argumentation, parce qu'on veut avoir quelque chose d'assez concret.

M. Blackburn (Jonquière): Comment peut-on comparer le service qui vous est offert et le service offert aux francophones hors Québec?

Mme Ogilvie: On peut dire qu'on reçoit plus de signaux en anglais qu'eux n'en reçoivent en français. Cependant, comme le rapport le disait, même si on reçoit beaucoup de signaux en anglais partout au Canada, même s'il y a beaucoup de programmation américaine, on ne peut pas dire que ce qu'on reçoit est acceptable. On n'a pas assez de ce qu'on veut. Pour moi, faire une comparaison entre nous et les minorités des autres provinces ne nous donne pas grand-chose.

M. Blackburn (Jonquière): Vous avez tenté une expérience de radio communautaire et cela n'a pas fonctionné. Est-il vraiment impensable de retenter l'expérience?

[Translation]

Mme Finestone: Madame Ogilvie, je suis d'accord avec vous. Votre présentation parle d'elle-même. Il ne fait aucun doute que le gouvernement du Québec et le gouvernement du Canada ont des obligations vis-à-vis de la minorité. C'est précisé dans l'Accord du lac Meech. J'attends de les voir passer à l'action. À partir de la caractéristique fondamentale du Canada, c'est-à-dire de sa nature bilingue, et du fait qu'il y a juste un peu moins de 1 million d'anglophones au Québec, il est évident qu'il faut leur offrir des services. Ce qu'il faut savoir, c'est comment assurer ses services. Votre présentation porte précisément là-dessus. Vous avez des appuis à cet égard, mais je ne pense pas encore que cela puisse nous permettre de ne pas tenir compte de certaines des autres possibilités. C'est ce que j'essayais de vous faire comprendre.

Le président: Je vous remercie, madame Finestone. Monsieur Blackburn, je vous en prie.

Mr. Blackburn (Jonquière): You are talking about Radio-Québec, which practically does not broadcast in English in your area, nor for that matter elsewhere in Québec. Have you discussed that with Radio-Québec management, and, if so, what was their reaction?

Mrs. Ogilvie: As an organization, QAAL has not yet approached Radio-Québec. We have not done so because another Quebec group, unrelated to ours, *Alliance Quebec*, did so a number of times. They asked Radio-Québec repeatedly for service, and it was always denied because there was not enough money for a second service. Furthermore, they were told that English-speakers already enjoyed adequate service. Radio-Québec told other groups that its English programming was much more substantial than the programming offered to other minorities.

Our organization is building its case, because we want to come up with something concrete.

Mr. Blackburn (Jonquière): How does the service you receive compare with that which French-speakers get outside Quebec?

Mrs. Ogilvie: It could be said that the number of English stations we get is higher than the number of French stations they get. However, as stated in the report, even if we get a lot of English stations everywhere in Canada, even if we get a lot of American programming, it cannot be said that what we get is acceptable. We do not get enough of what we want. In my view, any comparison between our situation and that of the minorities in other provinces does not mean much.

Mr. Blackburn (Jonquière): You tried setting up a community radio station, and it did not work. Is it really impossible to try again?

[Texte]

Mme Ogilvie: Je ne dirais pas cela. Je dirais que le problème qu'on a essayé de régler dans le Pontiac avec une radio communautaire n'était pas un problème qui pouvait être réglé au moyen d'une radio communautaire. Dans le cas de la radio communautaire, il faut être bien certain des attentes de la population; ce sont les communautés elles-mêmes qui doivent dire ce qui est important pour elles. Je ne dis pas que la radio communautaire ne fonctionne pas. Dans certains cas, c'est superbe et cela fonctionne avec beaucoup de dynamisme, mais il faut que ce soit défini comme besoin par la communauté, il faut que ce soit accepté et demandé par la communauté et il faut que la structure économique, technique, etc. soit approprié au problème défini par la communauté.

Dans le Pontiac, ce n'était pas le cas. Dans le Pontiac, ils voulaient avoir une radio communautaire 50 p. 100 française et 50 p. 100 anglaise. Le gouvernement provincial a dit: On vous donne du financement mais il faut que ce soit à 66 p. 100 en français. Cela crée des tensions, des problèmes dans la communauté qui sont trop difficiles à régler par la suite.

M. Blackburn (Jonquière): Si, en raison des choix que nous devons faire, il ne vous est pas possible de réaliser ce que vous souhaitez, comment allez-vous envisager d'établir un service correspondant à ce que vous souhaitez? Quelles autres portes vous seront ouvertes? Supposons que le Comité ne fasse aucune recommandation spécifique pour résoudre le problème, étant donné les restrictions budgétaires et les priorités qu'on doit établir. Quelles possibilités s'offriraient alors à vous pour tenter d'améliorer un peu le service offert aux communautés anglophones de votre secteur?

• 1305

Mme Ogilvie: Il faudra certainement faire des pressions auprès de Radio-Québec, mais on veut d'abord être certains de notre coup. On veut essayer de trouver des possibilités de financement et on veut essayer de trouver des moyens qui ne vont pas créer des tensions additionnelles entre la communauté anglophone et la communauté francophone qui est déjà bien servie.

On continuera à exercer des pressions auprès de CBC. La question est déjà posée. Ce serait peut-être possible si CBC faisait de son mieux avec l'argent qu'il a déjà. C'est une question qu'on pose en tant qu'organisme. On va continuer à surveiller ce que CBC fait de ses fonds.

À part cela, on accepte vos suggestions. On a des problèmes et on vous en fait part. On est ici pour recevoir non seulement de l'appui, mais aussi des suggestions. Vous avez bien étudié la radiodiffusion partout au Canada. Alors on accepterait de se faire diriger.

M. Blackburn (Jonquière): Actuellement, où les anglophones du comté de Pontiac prennent-ils leur information concernant le Québec? Est-ce qu'ils la prennent au réseau français?

Mme Ogilvie: Pas en anglais. Il n'y a que le journal *The Gazette*. Je dirais que la région est très, très isolée du

[Traduction]

Mrs. Ogilvie: I would not say that. I feel that the problem people try to solve in the Pontiac through community radio could not have been solved that way. When you try setting up a community radio, you have to be quite sure of your audience's expectations; the community itself must specify what it deems important. I am not saying that community radio cannot work. In some cases, it is superb, and the station is quite dynamic, but it must be felt to be a need by the community, it must be accepted, and indeed demanded by the community. Its economic structure, its technical equipment, etc., must be tailored to the needs identified by the community.

It was not so in the Pontiac, where they wanted a 50% French/50% English community radio. The provincial government said okay, we will give you some funding, but we want it to be 66% French. That created impossible tensions and problems for the community.

Mr. Blackburn (Jonquière): Given the choices we will have to make, if you cannot get what you wish, how will you go about setting up the service that you want? What other doors will you knock on, supposing this committee makes no specific recommendation to solve the problem, given the financial restrictions and the priorities that must be set? What opportunities would you have, then, to somewhat improve the service for the English-speaking communities in your area?

Mrs. Ogilvie: We certainly will have to bring pressure to bear upon Radio-Québec, but we want to be sure of our case. We want to try to find some funding and we want to try and find solutions that will not cause even more tension between the English-speaking community and the French-speaking community which already gets such good service.

We will go on asking more from the CBC. It might be possible, if the CBC did its best with the budget it already has. This is a question we ask as an organization. We will keep on checking what the CBC does with its budget.

Beyond that, we accept your suggestions. We have problems, we tell you about them. We are here not only for support, but also for suggestions. You studied broadcasting in depth everywhere in Canada. We would take direction from you.

Mr. Blackburn (Jonquière): At this time, where do English-speakers from the Pontiac get their information about Quebec? Do they get it from the French network?

Mrs. Ogilvie: Not in English. There is only *The Gazette*. I would say the area is very much isolated from

[Text]

reste du Québec. Elle est aussi isolée du gouvernement du Québec. Parmi les programmes qu'il lance pour l'Outaouais, il y en a qui sont assez farfelus parce qu'il ne connaît pas la région. Pour les anglophones de l'Outaouais, le gouvernement du Québec reste assez vague. La seule façon d'être en contact continu avec ce qui se passe au Québec est le journal.

Je m'excuse, mais il y a aussi le quotidien *The Citizen*, CBC et CJOH. Ils savent qu'on ne reçoit pas d'information du Québec, et ils essaient de nous donner les nouvelles les plus importantes, mais leur priorité est de servir les régions de l'Ontario. Donc, on reçoit d'Ottawa une petite partie des nouvelles.

Le président: Merci, monsieur Blackburn.

And thank you, Ms Ogilvie, Mr. Gruber. This has been a little longer exercise than any of us had planned, but obviously. . .

Ms Ogilvie: I am sorry.

The Chairman: No, I think we did that consensually. So thank you very much for your help.

I would draw to the attention of members and staff that we are going to have a lunch break of precisely 30 minutes. We will start at 1.30 p.m. sharp and finish at 6 p.m. sharp, prior to the visit to Vidéotron. We will adjourn this hearing for 30 minutes.

[Translation]

the rest of Quebec. It is also isolated from the Quebec government. Among the programs the government sets up for the Outaouais, some are rather farcical, because it does not know the area. For the English-speaking Outaouais community, the Quebec government is rather nebulous. The only way to keep in touch with what happens in Quebec is to read the paper.

I must beg your pardon: There is also *The Citizen*, the CBC and CJOH. They know we do not get any information from Quebec, so they try to give us the biggest news, but they must first serve Ontario areas. That means we only get a small part of the news from Ottawa.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn.

Et merci aussi, madame Ogilvie et monsieur Gruber. Cette discussion a été un peu plus longue que nous ne l'avions prévu, mais manifestement. . .

Mme Ogilvie: Je vous demande pardon.

Le président: Non, je pense que nous l'avons fait d'un commun accord. Je vous remercie donc beaucoup de votre aide.

J'aimerais dire aux membres du Comité et au personnel que nous allons nous arrêter exactement 30 minutes pour le déjeuner. Nous reprendrons nos travaux à 13h30 précises, et nous finirons à 18 heures précises, juste avant notre visite chez Vidéotron. La séance est donc levée pour 30 minutes.

AFTERNOON SITTING

• 1330

Le président: À l'ordre!

Nous sommes très heureux d'accueillir le retour de l'enfant prodigue, M^{me} McDonald, la pierre angulaire de ce Comité.

Nous sommes prêts à commencer. Je souhaite la bienvenue très chaleureuse aux témoins, M. André Picard, directeur des programmes et M. Charles Bélanger, vice-président, de CFCF Incorpore. Ils représentent la Télévision Quatre Saisons.

Monsieur Picard.

M. André Picard (directeur des programmes, Télévision Quatre Saisons): Monsieur le président, mesdames et messieurs membres du Comité, bonjour. Je vous remercie de nous avoir invités à vous faire part de notre opinion au sujet des recommandations du rapport Sauvageau-Caplan et de leurs effets possibles sur notre entreprise et sur la radiodiffusion canadienne, en général.

Mes remarques et commentaires d'aujourd'hui sont ceux d'un jeune diffuseur privé francophone, compte tenu de son arrivée récente sur le marché de la télévision française au Québec, soit depuis le 7 septembre 1986.

Un système canadien et deux radiodiffusions distinctes.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

The Chairman: Order, please.

It is with great pleasure that we welcome back the prodigal child, Ms McDonald, who is the cornerstone of the committee.

We are ready to begin. Let me first of all extend a very warm welcome to the witnesses, Mr. André Picard, director of programming, and Mr. Charles Bélanger, vice-chairman of CFCF Inc.. They are on behalf of the Quatre Saisons network.

Mr. Picard.

Mr. André Picard (Director of Programming, Quatre Saisons): Good afternoon, Mr. Chairman, ladies and gentlemen of the committee. I thank you for inviting us to share with you our views on the recommendations contained in the Sauvageau-Caplan report and on the effects they could have on our company as well as on Canadian broadcasting in general.

The comments and observations we will be making today are those of a young French-language private broadcaster that has but recently arrived on the French-language television market in Quebec. Indeed, our company came into being on September 7, 1986.

A Canadian system and two distinct broadcasting industries.

[Texte]

Tout d'abord, je voudrais vous souligner que nous partageons et soutenons les recommandations du rapport reconnaissant le caractère distinct de la radiodiffusion canadienne de langue anglaise et française.

Historiquement, la législation et la réglementation fédérales dans le domaine de la radiotélédiffusion étaient communes aux deux langues bien que les caractéristiques de la radiodiffusion française et anglaise soient souvent différentes:

1. Coûts de production moyen;
2. Potentiel de financement;
3. Degré de popularité auprès de l'auditoire; et,
4. Evaluation du contenu canadien.

Plus récemment, la politique de substitution simultanée et la Loi C-58 votée en 1976 reconnaissent le défi et la menace que représente la télévision américaine pour le Canada anglais et en quelque sorte pour compenser l'exclusivité de la langue française au Québec. Le développement de notre télévision ne semble pas s'en être plus mal porté.

Toutefois, depuis le début de cette décennie, le paysage audiovisuel a changé rapidement. Le téléspectateur est sans cesse sollicité par de nouvelles sources d'information et de divertissement. Je crois donc qu'il est essentiel de mesurer l'impact des nouvelles technologies, des services supplémentaires et autres développements dans une perspective distincte pour les deux marchés canadiens.

• 1335

Télévisions publique et privée:

Télévision Quatre Saisons a franchi l'étape de sa première année de diffusion il y a quelques semaines. Depuis le printemps dernier, nous avons connu quelques succès et, surtout, nous avons établi les premières assises d'une télévision populaire de divertissement, soit une augmentation de la portée des heures d'écoute moyenne par téléspectateur francophone et une fidélité d'écoute quotidienne d'une nouvelle chaîne française. Cette croissance s'est faite dans un environnement où la différence entre la télévision publique et la télévision privée est de plus en plus mince.

En effet, le gel des budgets des télévisions publiques a contraint Radio-Canada et Radio-Québec à rationaliser leur gestion et à augmenter leur recours à la publicité commerciale. Bien que nous ne pouvons nous opposer à ces efforts de rationalisation et à un certain autofinancement de notre télévision publique, il faut examiner avec soin l'effet qu'aura cette nouvelle stratégie sur leurs orientations de programmes à long terme. Orientations qui les éloigneront peut-être des objectifs de la Loi sur la radiodiffusion et des recommandations du rapport Sauvageau-Caplan.

En contrepartie, cette compétition crée une effervescence à notre télévision: de nouveaux produits contemporains, la course folle aux vedettes, ainsi qu'aux longs métrages et aux séries étrangères.

[Traduction]

Let me first underline that we support the recommendations of the report recognizing the distinct character of both French-language and English-language broadcasting in Canada.

Historically, federal legislation and regulations in the area of radio broadcasting were the same for both languages even though the characteristics of broadcasting in English and in French are often very different:

1. Average production costs,
2. Financing potential,
3. Audience popularity, and
4. Evaluation of Canadian content.

More recently, the simultaneous substitution policy and Bill C-58, which was passed in 1976, recognized the challenge and the menace presented by American television for English-speaking Canada and, in a way, compensated for the exclusivity of the French language in Quebec. Our television's development does not appear to have fared too badly.

However, since the beginning of the present decade, the audio-visual scene has been changing very rapidly. Television viewers are constantly being enticed by new sources of information and entertainment. This is why I believe it is essential that we gauge the impact of new technologies, additional services and other developments on each Canadian market separately.

Public and private television:

The *Quatre Saisons* network celebrated its first anniversary a few weeks ago. Since last spring, we have had a few successes and, more importantly, still, we have established the foundation of a popular entertainment television service, namely an increase in the average number of hours francophone TV viewers tune in and a faithful daily following for a new French station. This increase was achieved in an environment where the difference between public and private television is narrowing constantly.

Indeed, the freeze on public television budgets has forced the CBC and *Radio-Québec* to rationalize their management and to rely more on commercials. Although we cannot oppose these efforts aimed at rationalization and some self-financing capability for our public television, we must take a close look at the effect this strategy will have on its long-term programming orientations, which may be in contradiction with the objectives of the Broadcasting Act and the recommendations contained in the Caplan-Sauvageau report.

On the other hand, this competition is a stimulant for our television in Quebec: new modern products, a race for stars as well as feature films and foreign series.

[Text]

Les producteurs indépendants:

Notre jeune télévision n'aurait pu s'établir avec le même rythme sans l'apport des producteurs indépendants.

Les producteurs indépendants nous fournissent présentement seize heures et demie d'émissions par semaine, ce qui représente 21 p. 100 de notre programmation totale, 40 p. 100 de notre programmation à contenu canadien et 52 p. 100 de notre production locale.

Nous sommes les seuls diffuseurs à financer 100 p. 100 des coûts de production de certaines séries commandées au secteur privé: *Action réaction!*, *Double jeu*, *Comptant content* n'en sont que quelques exemples.

Le Fonds de développement de Téléfilm Canada:

Téléfilm Canada, un partenaire essentiel à nos projets de plus grande envergure, fournit 15 p. 100 de notre contribution totale à la production indépendante. Il nous permet de diffuser notre téléroman quotidien, *La Maison Deschênes*. Sans l'apport financier de Téléfilm Canada, nous n'aurions pu présenter un projet d'une telle envergure dès notre deuxième année de diffusion.

Nous appuyons donc les recommandations du chapitre 14, du rapport Sauvageau-Caplan, entre autres, pour que soit augmenté à 75 millions de dollars par année le fonds de développement pour la production d'émissions de télévision canadiennes. Nous nous interrogeons, cependant, sur la pertinence de l'accès à ce fonds par les producteurs indépendants réalisant des émissions pour des services spécialisés.

Ce point de vue est, bien sûr, intéressé, mais nous croyons qu'avant d'ouvrir les portes de ce fonds toutes grandes à tout détenteur de licence du CRTC, il faudra examiner l'impact qu'aura ce service auprès du public. Allons-nous substituer une émission écoutée par plus de 1 million de téléspectateurs, ou plus de 30 p. 100 du marché disponible, par une émission diffusée par un service spécialisé avec une part de marché de moins de 10 p. 100. Surtout, compte tenu des manques de disponibilité financière dont semble déjà souffrir Téléfilm Canada à mi-chemin de sa présente année financière.

Les services spécialisés:

Cette réserve, nous la portons aussi quant à la création de nouveaux services, qu'ils soient discrétionnaires ou sur le câble de base. Nous disposons déjà de plus de choix d'écoute à Montréal que dans la majorité des grandes villes américaines. La création de nouveaux services effritera davantage la part déjà réduite des diffuseurs existants et augmentera la compétition pour des recettes publicitaires déjà limitées. Bon nombre de ces services entendent faire appel tant aux tarifs d'abonnement qu'aux recettes publicitaires, ce qui, avec le temps, risque de désavantager le diffuseur qui, lui, n'aura pas la garantie des revenus assurés par la télédistribution et devra, au surplus, se battre pied à pied pour vendre son temps publicitaire à des annonceurs qui sont sensibles aux

[Translation]

The independent producers:

Our young television station could not have been set up so quickly without the contribution of independent producers.

Independent producers supply us with 16.5 hours of programming per week, which accounts for 21% of our total programming, 40% of our Canadian content programming and 52% of our local productions.

We are the only broadcasters who paid for 100% of the production costs related to certain series we ordered from the private sector. *Action réaction!*, *Double jeu*, *Comptant content* are but a few such examples.

Telefilm Canada's Broadcast Fund:

Telefilm Canada, an essential partner in our major projects, supplies 15% of our total contribution to independent production. It enables us to broadcast our daily soap opera, *La Maison Deschênes*. Without the financial assistance of Telefilm Canada, we would not have been able to undertake such a major project in what is only our second year on the air.

We therefore support the recommendations contained in chapter 14 of the Caplan-Sauvageau report, among others, that the Broadcast Fund be increased to \$75 million a year. However we question whether independent producers creating programs for specialized services should have access to the fund.

One might argue that our attitude is self-serving, but we believe that before making the doors to the fund wide open to any CRTC licence holder, we should first examine the impact this service will have on the public. Will we be replacing a program that is watched by more one million viewers, ie. by 30% of the available market, by a program broadcast by a specialized service to less than 10% of the market? This seems questionable in light of the financial problems Telefilm Canada already seems to be having midway through the fiscal year.

Specialized services:

We have the same reservations concerning the creation of new services, whether they are optional or included in the basic cable service. Here in Montreal, we already have a greater choice of channels than there is in the vast majority of American cities. The creation of new services will further erode the already reduced market share of existing broadcasters, and increase competition for limited advertising income. The suppliers of a number of these services plan to use both subscription fees and advertising revenue and this, over time, could be detrimental to broadcasters who will not have any guaranteed revenue from broadcasting and will have to fight tooth and nail to sell commercial time to advertisers who are sensitive to market fluctuations. Even though the CRTC studied these

[Texte]

fluctuations du marché. Bien que le CRTC se soit penché sur ces questions, l'été dernier, je crois qu'il est essentiel d'examiner la place que nous voulons voir occuper par nos télédiffuseurs privés et publics et le contenu canadien déjà élevé qu'ils livrent à nos téléspectateurs.

Les émissions pour enfants:

Finalement, je voudrais terminer en demandant à votre Comité de se pencher sur l'avenir de la production et de la diffusion d'émissions pour enfants.

La Société Radio-Canada et la CBC ont traditionnellement joué le rôle de chefs de file dans ce domaine. Leur réputation est mondiale et rares sont les Canadiens dont l'enfance n'a pas été habitée par un de ces personnages de nos télévisions publiques. Par la suite, les télévisions éducatives provinciales, principalement Radio-Québec et TVOntario, ont complété cette programmation. Toutefois, depuis quelques années, je crois que cette production est compromise. Encore une fois, le gel des budgets des télévisions publiques, la recherche de revenus commerciaux supplémentaires, et donc l'emphase sur l'horaire de grande écoute, ne favorisent pas la production d'émissions pour enfants. Au Québec, de surcroît, sans accès à des revenus publicitaires, la diffusion d'émissions pour enfants, par les diffuseurs publis, demeure limitée.

• 1340

Vous le savez, les enfants dépendent de plus en plus de la télévision, surtout avec la croissance des familles monoparentales et des familles où les deux conjoints travaillent. La télévision est pour nous, adultes, un bien de luxe, parmi une multitude d'autres sources d'informations (magazines, journaux, livres, cinémas, théâtres); pour les enfants c'est presque un bien essentiel. Ceci n'est pas un souhait mais une constatation. Leur imaginaire est de plus en plus habité par des créations, des personnages et des fantaisies qui ne sont pas nôtres.

La commission avait suggéré une déduction de frais d'entreprise de 150 p. 100 aux annonceurs pour leurs dépenses publicitaires pour certaines catégories d'émissions. Cette recommandation mérite certainement d'être considérée.

En somme: un marché francophone exigu, mais dynamique, des produits de plus en plus nombreux, des coûts de production et d'acquisition qui grimpent inexorablement, des revenus qui n'augmentent pas au même rythme que les dépenses.

Encore une fois je dois souligner dans ce contexte, le besoin d'un encadrement législatif et réglementaire flexible et souple, simple et intégré.

Ce qui me rappelle une anecdote de Moses Znaimer. Il vous semblera paradoxal que je la raconte aujourd'hui, compte tenu de la décision prise cet été par le CRTC de permettre la diffusion de programmation sportive à la télévision Quatre Saisons. Mais, Znaimer de CITY-TV de

[Traduction]

issues last summer, I believe it is essential that we examine the role we want our private and public broadcasters to play and the already high Canadian content they are supplying to viewers.

Children's programs:

To conclude, I would ask the committee to reflect upon the future of the production and broadcasting of children's programs.

The CBC and *La Société Radio-Canada* have traditionally been leaders in this field. Their reputation is worldwide and there are very few Canadians who, as children, were not acquainted with the characters they saw on public television. Over time, provincial educational stations, especially *Radio-Québec* and TV Ontario, further increased children's programming. However, I think that this type of production has been jeopardized in the last few years. Here again, the budget freeze for public television, the search for additional commercial revenues, and consequently the emphasis on prime time are not conducive to the production of programs for children. In Quebec, moreover, the broadcasting of children's program by the public broadcasters remains limited given that they have no access to advertising revenues.

Children, as you well know, more and more depend on television, because of the growing number of single-parent families and families where both parents work. For us adults television is a luxury product among many other sources of information such as magazines, newspapers, books, movies and theatres. But for children, it is almost a staple commodity. I am not expressing a wish, but simply stating a fact: their imaginary world is more and more peopled by characters and fantasies which are alien to us.

The Commission proposed a deduction of operating costs of 150% for advertisers for certain categories of program. This recommendation certainly deserves to be taken into consideration.

In summary, the French-language market is narrow but buoyant, there are more and more products, production and acquisition costs are steadily climbing and the increase in revenues is not keeping up with the expenses.

Here again I must emphasize the need for a flexible, simple and integrated legal and regulatory framework.

Which reminds me of an anecdote about Moses Znaimer. It may seem paradoxical that I am repeating it today, given the decision made last summer by the CRTC to allow the broadcasting of sports events on *Quatre Saisons*. In any case, Znaimer of CITY-TV in Toronto,

[Text]

Toronto, que vous connaissez, avait répondu à quelqu'un qui lui demandait ce qu'il ferait avec la loi de la radiodiffusion. Il a dit:

I would simply take the law that already exists, reprint it, and put on the first page 'This time we mean it'.

Merci.

Le président: Merci, monsieur Picard. Monsieur Caldwell.

Mr. Caldwell: Thank you very much, Mr. Chairman. Mr. Picard, Mr. Bélanger, welcome.

Let me start off by looking at the schedule of the programs you have. Not being familiar with these programs... do you make *La Maison Deschênes* yourselves? Is that a local production?

Mr. Picard: It is a local production as defined by the CRTC, but it is produced by an independent production company called Prisma Productions Inc.

Mr. Caldwell: Do you buy it?

Mr. Picard: Yes, we do.

Mr. Caldwell: Do you get first run?

Mr. Picard: Yes, we have the first two runs and then it goes to distribution worldwide.

Mr. Caldwell: I take it that it is popular, because you have it on every night. Is it a serial? Is it a soap opera type of—

Mr. Picard: It is a daily soap opera. It was the first in Canada. It is an original production, whether in English or in French.

Mr. Caldwell: Let me ask you this. There may be questions you do not want to answer. We are trying to get the idea of costs of doing Canadian programming, whether it be English or French. How much are you paying for that series on a nightly basis for half an hour?

Mr. Picard: The cost of half an hour is \$28,000; we pay \$16,000. Telefilm Canada puts in the rest of the money, which is about 40% of the production budget.

Mr. Caldwell: They are therefore doing it for \$28,000 an episode.

Mr. Picard: Yes, and we are paying \$16,000. I am rounding off the figures, but that is about it.

Mr. Caldwell: Can you generate \$16,000 worth of revenue from that program each night?

Mr. Picard: We would not be in business if we were not generating more.

Mr. Caldwell: Okay. How does it stand up to re-runs? Is it a re-runable type show?

[Translation]

whom you know in reply to somebody who asked him what he would do with the Broadcasting Act, said:

Je me contenterais de prendre la loi telle quelle et je la ferais réimprimer avec, inscrit en première page, «cette fois c'est pour de bon».

Thank you.

The Chairman: Thank you, Mr. Picard. Mr. Caldwell.

M. Caldwell: Je vous remercie beaucoup, monsieur le président. Monsieur Picard et monsieur Bélanger, je vous souhaite la bienvenue.

Permettez-moi de commencer par examiner vos programmes, que je ne connais pas bien. Est-ce vous-même qui réalisez *La Maison Deschênes*? Est-ce une production locale?

M. Picard: Oui, au sens du CRTC, mais le réalisateur est une société indépendante appelée *Prisma Productions Inc.*

M. Caldwell: Est-ce que vous achetez cette émission?

M. Picard: Oui, nous l'achetons.

M. Caldwell: Est-ce vous qui faites les premières projections?

M. Picard: Oui, les deux premières et ensuite c'est distribué dans le monde entier.

M. Caldwell: C'est une émission qui doit avoir du succès, car elle est donnée chaque soir. Est-ce un téléroman? Un genre de mélodrame du...

M. Picard: Oui, c'est un mélodrame en épisodes quotidiens, le premier au Canada et une réalisation originale, en anglais comme en français.

M. Caldwell: Permettez-moi de vous poser la question suivante, il y aura peut-être des questions auxquelles vous préférerez ne pas répondre. Nous essayons de nous faire une idée des coûts des émissions canadiennes, que ce soit en anglais ou en français. Combien payez-vous pour chaque demi-heure de ce téléroman que vous diffusez chaque soir?

M. Picard: Le coût à la demi-heure est de 28,000\$, nous en payons 16,000\$ et Téléfilm Canada paie la différence, qui représente environ 40 p. 100 du budget de production.

M. Caldwell: Le coût est donc de 28,000\$ par épisode.

M. Picard: Oui, et nous versions 16,000\$ en chiffres arrondis, mais approximatifs.

M. Caldwell: Est-ce que vous arrivez à tirer environ 16,000\$ de recettes de cette émission quotidienne?

M. Picard: Si nous ne tirions pas plus de 16,000\$, nous ne nous maintiendrions pas.

M. Caldwell: Est-ce que le programme se prête aux reprises?

[Texte]

Mr. Picard: Yes, in our opinion it is. We will have to wait to see, first of all, how popular it will be and how many years we will renew it. In principle it is a program that will have a life cycle of three to five years. We will probably let the people forget it was on, and then perhaps re-run it in another time slot in the schedule two or three years later. For us it is programming with a long life.

Mr. Caldwell: Is it then your opinion that there is room for Canadian production on Canadian television and that it is profitable or at least viable?

Mr. Picard: Yes.

• 1345

Mr. Caldwell: I was not quite sure what you were saying about Telefilm and the film development fund.

Mr. Picard: Since they are not a contributor to the majority of our independent productions... As one of our commitments to the CRTC we said we would work principally with independent producers, apart from news, public affairs and a few other programs. Telefilm contributes 15% the budget of our overall programming schedule, which is a very important contribution to us, as it contributes to the highest-budget production we have on air.

My remarks were twofold: first of all, support of Telefilm and its role in the production industry and support for the Caplan-Sauvageau recommendation of increasing its budget on a yearly basis. Maybe a caveat is that we should look very carefully as to how many other services should have access to those funds through independent producers.

Right now I think it is exclusively over-the-air broadcasters, pay television. Mr. Klinkhammer in Toronto has made a lot of noise about getting direct access to the fund. Maybe he has it now, I cannot remember, through the feature film fund, which is more appropriate for pay TV. But there have been many representations for a specialized children's channel and other specialized channels to have access to Telefilm money.

Mr. Caldwell: I noticed also on your schedule that the only American program you carry in prime time, by the looks of your schedule, is *Falcon Crest*. How is it doing, compared to your other programs?

Mr. Picard: There are two on-going series—*Falcon Crest* and *Murder, She Wrote*, which is the program just before *Falcon Crest*.

Mr. Caldwell: I have *Quiz* here.

Mr. Picard: That was changed. And we do have a few telefilms and movies during the week. Excuse me, the question was what?

Mr. Caldwell: My next question is going to be how much are you paying for *Falcon Crest* for an hour?

[Traduction]

M. Picard: Oui, à notre avis. Mais nous devons d'abord attendre pour voir s'il continue à avoir du succès et pour combien d'années. En principe c'est une émission qui devrait pouvoir se maintenir de trois à cinq ans. Nous laisserons intervenir une période d'oubli et la projetterons ensuite probablement en reprises, à un autre moment de la journée, deux ou trois ans plus tard. Mais pour nous, c'est une émission assurée de longévité.

M. Caldwell: Est-ce que vous pensez que des émissions canadiennes peuvent trouver leur place à la télévision canadienne, qu'elles ont une chance d'être rentables ou tout au moins viables?

M. Picard: Certainement.

M. Caldwell: Je n'étais pas certain de ce que vous disiez sur Téléfilm et le Fonds de développement du film.

M. Picard: Puisqu'ils ne contribuent pas à la majorité de nos productions indépendantes... Nous nous étions engagés envers le CRTC à travailler surtout avec des réalisateurs indépendants, à l'exception des bulletins d'information, des actualités et de quelques autres émissions. Téléfilm contribue pour 15 p. 100 au budget de l'ensemble de notre programmation, contribution qui est très importante pour nous car elle nous aide pour nos émissions les plus coûteuses.

Je voulais faire deux observations, tout d'abord pour appuyer Téléfilm et son rôle dans l'industrie du film, et ensuite pour appuyer la recommandation du rapport Sauvageau-Caplan d'augmenter annuellement son budget. J'ajouterais peut-être, en guise de mise en garde, que nous devrions examiner de très près combien d'autres services devraient avoir accès à ces fonds par le truchement de réalisateurs indépendants.

À l'heure actuelle je crois que c'est exclusivement la télévision payante, la diffusion directe. M. Klinkhammer, de Toronto, a claironné qu'il avait accès direct au fonds. C'est fort possible, peut-être par le fonds du long métrage, ce qui semblerait plus approprié pour la télévision payante. Mais beaucoup de gens ont plaidé pour qu'une chaîne spécialisée pour les enfants ainsi que d'autres chaînes spécialisées aient accès au fonds de Téléfilm.

M. Caldwell: J'ai également constaté sur votre programme qu'aux heures de grande écoute, vous ne transmettez, en matière d'émissions américaines, que *Falcon Crest*. Qu'en est-il de cette émission, en comparaison avec les autres?

M. Picard: Nous avons deux séries actuellement, à savoir *Falcon Crest* et *Murder, She Wrote* qui précède le premier.

M. Caldwell: Sur mon programme il y a *Quiz*.

M. Picard: Il y a eu changement et nous avons quelques téléromans et films pendant la semaine. Excusez-moi, mais quelle était votre question?

M. Caldwell: J'allais vous demander combien vous payez pour une heure de l'émission *Falcon Crest*?

[Text]

Mr. Picard: That is a bit more confidential, since it is. . .

Mr. Caldwell: That is fair enough. But it is more expensive than buying the serial on a nightly basis. It is costing more to—

Mr. Picard: It is much less expensive than producing an original hour drama.

Mr. Caldwell: But that is not the question I asked. I asked, in comparison to what you are paying for the half hour of *La Maison Deschênes*, which is only half an hour, you said \$16,000 you are paying for that. . .

Mr. Picard: Right.

Mr. Caldwell: Would *Falcon Crest* be double that or. . .?

Mr. Picard: I can tell you that it is less.

Mr. Caldwell: Okay, but would it generate as much or more revenue?

Mr. Picard: In principle, it should generate more over an hour. On a half-hour basis, maybe less, and of course this is all anticipation, because these things have been on air since September.

Mr. Caldwell: Are you getting first-run *Falcon Crest*?

Mr. Picard: Yes.

Mr. Caldwell: Is *Murder, She Wrote* a first-run dub?

Mr. Picard: Yes, first-run dub.

Mr. Caldwell: How much are they behind the English version in time?

Mr. Picard: These are very far behind. I think [with *Falcon Crest* we are four or five years behind; *Murder, She Wrote*, we are two. *Falcon Crest* has been an ongoing series on the American networks for quite a while.

Mr. Caldwell: I guess the question I am going to ask you, Mr. Picard, is: Can we survive in Canada, French or English, in the commercial private enterprise without using these American-type programs?

Mr. Picard: In my mind, no.

Mr. Caldwell: Why?

Mr. Picard: It is a bit different for French Canada than for English Canada. I must say my remarks apply principally for French Canada, but even in French Canada you do have dilution of audience because of people watching first-run shows in their English versions. That was one of the reasons that brought on Quatre Saisons—to try to get some of that audience back. You will always have some of that, so that is a strong competing signal.

Also, the economic viability of a television station is always defined by revenues versus costs. The cost of filling a full television schedule is just too high if it is all original

[Translation]

M. Picard: Vous me demandez ici un renseignement d'ordre plutôt confidentiel, puisque. . .

M. Caldwell: C'est vrai, mais c'est plus cher que d'acheter le téléroman à la soirée. Cela coûte davantage à. . .

M. Picard: C'est beaucoup moins cher que de faire une émission dramatique originale d'une heure.

M. Caldwell: Mais ce n'est pas la question que je vous posais. Je voulais savoir, en comparaison avec ce que vous payez pour la demi-heure de *La Maison Deschênes*, qui n'est que d'une demi-heure, vous parliez tout à l'heure de 16.000\$. . .

M. Picard: C'est exact.

M. Caldwell: Est-ce que *Falcon Crest* vous coûte le double ou. . .

M. Picard: Je puis vous dire que c'est moins cher.

M. Caldwell: Mais est-ce que cela vous rapporterait autant ou davantage?

M. Picard: Davantage, en principe, pour une heure. Peut-être moins pour une demi-heure, mais ce ne sont là que des pronostics, car ces émissions ne sont diffusées que depuis septembre.

M. Caldwell: Est-ce que *Falcon Crest* est diffusé en première?

M. Picard: Oui.

M. Caldwell: Et *Murder, She Wrote* est-il également diffusé pour la première fois en version doublée?

M. Picard: Oui, version doublée en première.

M. Caldwell: Combien de temps s'est écoulé depuis la projection de la version anglaise?

M. Picard: Très longtemps, quatre ou cinq ans, je crois, dans le cas de *Falcon Crest* et deux ans pour *Murder, She Wrote*. Il y a fort longtemps que *Falcon Crest* est projeté sur les réseaux américains.

M. Caldwell: Je voulais vous poser la question suivante, monsieur Picard: est-ce qu'on peut survivre au Canada dans le secteur privé, que ce soit en anglais ou en français, sans reprendre ces émissions de style américain?

M. Picard: Pas à mon avis.

M. Caldwell: Pourquoi?

M. Picard: Au Canada français, auquel s'appliquent mes remarques, ce n'est pas tout à fait pareil, mais même là nous perdons des spectateurs parce que les gens regardent les émissions en première dans la version anglaise. C'est l'une des raisons d'être de Quatre Saisons, à savoir la récupération d'une partie de ce public. Nous nous trouverons toujours devant un concurrent redoutable.

Il faut également dire que la viabilité économique d'une station de télévision est toujours déterminée par le rapport recettes et coûts. Il est tout simplement trop

[Texte]

programming. We would have to put on things in prime time that would have very, very little audience appeal, and then indirectly you would be increasing the attractiveness of the first-run English programs on cable.

Mr. Caldwell: If you do not show it, they will watch it in English anyway.

• 1350

Mr. Picard: Exactly.

Mr. Caldwell: So that is what you are saying, that you would much sooner have it if it could be dubbed the same time and—

Mr. Picard: We try to be as close as possible. The thing is our competitors, *Radio-Canada* and *Télé-Métropole*, having been there before we were, picked up the ones they considered the best, the ones we are often in agreement with, before we could get a hand on them.

Mr. Caldwell: Do you do a newscast? I am not sure.

Mr. Picard: Yes, three times a day we have *Le Grand Journal*, at 12.30 p.m., 5.30 p.m. and 10.30 p.m.

Mr. Caldwell: What percentage of your budget is going into that?

Mr. Picard: Overall, of the whole station, it is about 11%.

Mr. Caldwell: It is 11% of what, and where are you...? Excuse me if it is confidential, but are you doing well with your newscasts as far as Montreal is concerned?

Mr. Picard: We are doing very well in the 5.30 p.m. newscast. It started in the summertime. As you know, in the last four or five months we have about tripled our ratings, so during the summer it started building and the 5.30 p.m. one, emphasizing principally local news, is doing very well now. The 12.30 p.m. newscast is doing okay. We are having trouble with the 10.30 p.m. one

Mr. Caldwell: I am not trying to ask you personal questions regarding your company, but we have to know some of these things in order to make some of the judgments that we do.

Mr. Picard: I understand.

Mr. Caldwell: The 11% you are investing in it, are you getting that back or not at this present time?

Mr. Picard: Do you mean in terms of revenues?

Mr. Caldwell: Yes.

Mr. Picard: I could not answer that today.

Mr. Charles Bélanger (Vice-President, CFCF Inc., Télévision Quatre Saisons): I cannot either.

Mr. Picard: We are operating now at a deficit, that is for sure, on the overall station. We were last year, we will

[Traduction]

onéreux d'avoir un programme entier d'émissions originales. Nous devrions en ce cas avoir aux heures de grande écoute des émissions qui n'intéresseraient qu'un très petit public ce qui, indirectement, tournerait à l'avantage des émissions anglaises en première sur câble.

M. Caldwell: Si vous ne projetez pas ces émissions, le public les verra de toute façon en anglais.

M. Picard: C'est tout à fait cela.

M. Caldwell: Vous préféreriez donc de beaucoup faire faire le doublage en même temps et. . .

M. Picard: Nous essayons de suivre la projection en anglais d'aussi près que possible, mais *Radio-Canada* et *Télé-Métropole*, nos concurrents, nous ont précédés et ont choisi le haut du palmier, nous coupant l'herbe sous les pieds.

M. Caldwell: Est-ce que vous avez un bulletin d'information? Je n'en suis pas sûr.

M. Picard: Oui, trois fois par jour, à 12h30, à 17h30 et à 22h30, nous avons «*Le Grand Journal*».

M. Caldwell: Quel pourcentage de votre budget lui consacrez-vous?

M. Picard: Environ 11 p. 100 du budget total.

M. Caldwell: Onze pour cent de quoi, et où êtes-vous...? Excusez-moi si je vous demande un renseignement confidentiel, mais est-ce que votre bulletin d'information a du succès à Montréal?

M. Picard: Oui, celui de 17h30 est très prisé du public. Nous avons commencé en été et en trois ou quatre mois, notre cote d'écoute a triplé. Ce mouvement a donc pris de l'essor en été et le bulletin d'information de 17h30 qui porte surtout sur les nouvelles locales a une forte écoute. Celui de 12h30, est satisfaisant mais nous avons des difficultés avec celui de 22h30.

M. Caldwell: Je ne veux pas vous poser de questions indiscretes sur votre société, mais nous avons besoin de ce genre de renseignement pour nous faire une opinion.

M. Picard: Je vous comprends.

M. Caldwell: Les 11 p. 100 que vous investissez pour les bulletins d'information, les récupérez-vous à l'heure actuelle?

M. Picard: Vous voulez dire en recettes?

M. Caldwell: Oui.

M. Picard: Je ne pourrais pas répondre aujourd'hui à cette question.

M. Charles Bélanger (vice-président, CFCF Inc., Télévision Quatre Saisons): Moi non plus.

M. Picard: A l'heure actuelle, il est certain que nous sommes en déficit sur l'ensemble de la station. Nous

[Text]

be this year, we probably will be next year. I do not think that is a secret from anybody.

Mr. Bélanger: That is right.

Ms McDonald: I guess what we are really interested in finding out, we are concerned about Canadian context, we are concerned about local programming, we are concerned about opportunities for producers and directors and writers and so forth, to have jobs and do their work and get it on the air. So I would like to focus at two levels.

One is that kind of production. Let me ask you that one first, and then I will go on to the other. What opportunities are being provided?

Mr. Picard: Are you referring to the market overall for Canadian production?

Ms McDonald: Yes.

Mr. Picard: That is a pretty wide question. Do you mean independent production or in-house production or...?

Ms McDonald: Both.

Mr. Picard: You are talking of French Canada.

Ms McDonald: In Quatre Saisons.

Mr. Picard: Pretty big opportunities. It is almost a paradox right now at Quatre Saisons. We have more Canadian content in prime time than in the overall schedule, which may seem pretty odd when you look at the problems of Canadian content that have existed in the past in English Canada, and the definitions of peak time and prime time.

I would just have to say with our schedule up to now, I think we have provided, because we thought that was the way to get an audience, but also because we did not really have much of a choice—

Ms McDonald: Could you be precise in, say, prime time?

Mr. Picard: First of all, I would have to say that I find some of the distinctions that have been discussed in the past two or three years—peak time, prime time—can put blinders on exactly what you are doing. Peak time is a very widely discussed concept in English Canada. To me, it has no meaning in French Canada. We are presenting. . .

Ms McDonald: Would you just give us a couple of hours of the day then, and answer the question precisely?

Mr. Picard: That is what I am getting to. At 6.30 p.m. we present *La Maison Deschênes*, which is a first Canadian daily *Téléroman*, what you would call an American soap, which does not exist in English Canada

[Translation]

l'étions l'an dernier, nous le serons cette année et probablement aussi l'an prochain, ce n'est un secret pour personne.

M. Bélanger: C'est exact.

Mme McDonald: Ce que nous voudrions vraiment savoir, c'est ce qui touche au contexte canadien, aux émissions locales, aux possibilités de travail pour les producteurs, les réalisateurs et les scénaristes, aux possibilités de travail et de diffusion. C'est donc à deux niveaux que la question m'intéresse.

Le premier niveau, c'est ce genre d'émissions et c'est là-dessus que je voudrais vous poser la première question. Quelles sont les possibilités qui s'offrent?

M. Picard: Est-ce que vous parlez, d'une façon générale, du marché pour les émissions canadiennes?

Mme McDonald: C'est bien cela.

M. Picard: C'est une question assez vaste. Est-ce que vous pensez aux réalisations indépendantes ou aux réalisations en studio ou...?

Mme McDonald: Aux deux.

M. Picard: Vous parlez du Canada français.

Mme McDonald: De Quatre Saisons.

M. Picard: Il y a d'assez bonnes chances. C'est presque paradoxal, à l'heure actuelle à Quatre Saisons: nous présentons plus d'émissions à contenu canadien aux heures de grande écoute que dans l'ensemble du programme, ce qui peut sembler singulier quand on connaît les problèmes qu'a soulevés le contenu canadien au Canada anglophone, ainsi que les définitions des heures de pointe et des heures de grande écoute.

Jusqu'à présent, avec nos programmes, nous avons présenté, parce que c'était pour nous le moyen d'appâter le public, mais également parce que nous n'avions pas beaucoup de choix. . .

Mme McDonald: Pourriez-vous nous donner des renseignements précis pour ce qui est des heures de grande écoute?

M. Picard: Tout d'abord, je voudrais vous faire remarquer que certaines des distinctions faites au cours des deux ou trois dernières années entre les heures de pointe et les heures de grande écoute risquent d'occulter ce que nous faisons. On parle beaucoup d'heures de pointe au Canada anglophone, mais au Canada francophone, cela n'a pas de sens, à mon avis. Nous présentons. . .

Mme McDonald: Est-ce que vous pourriez nous dire ce que vous faites pendant deux ou trois heures de la journée, et répondre avec précision à la question?

M. Picard: C'est exactement ce que j'allais faire. À 18h30, nous diffusons «La Maison Deschênes» qui est un téléroman canadien quotidien, qui correspond à un mélodrame américain et n'existe pas au Canada anglais si

[Texte]

except in acquisitions from foreign territories. We have had 675,000 people watch that on a daily basis.

Ms McDonald: I do not want you to describe every program.

Mr. Picard: So what do you want?

Ms McDonald: I am trying to get percentages.

Mr. Picard: I am sorry. If you can phrase your question, I will answer it. I do not think you can, because I cannot understand it.

Ms McDonald: We are concerned with Canadian production, in-house, and purchases from Canadian producers, as opposed to purchases elsewhere. Can you give us percentages?

Mr. Picard: Our schedule from 6 p.m. to 12 p.m. is over 67% Canadian, and that is about 100% original production. Is that what you are after?

• 1355

Ms McDonald: Can you break that down between purchases and in-house?

Mr. Picard: It is 100% in-house.

Ms McDonald: You do not purchase from independent producers at all?

Mr. Picard: We co-produce with independent producers. And I would have to say 50% of that is from independent production.

Ms McDonald: So 50% in-house and 50% co-produced.

Mr. Picard: Yes.

Ms McDonald: Can you be—

Mr. Picard: I gave you the numbers before. Independent producers provide 21% of our overall schedule; 40% of our Canadian content schedule and 50% of local production. So the only things that are not done by independent production at Quatre Saisons are news, a weekly public affairs half-hour show, and end-of-daytime game, talk, variety shows. That is it. Everything else is independent production.

Ms McDonald: The other area of questioning I would like to get into is the extension of Quatre Saisons from being basically a Montreal station with satellites, as it were, to a *réseau*. The question anyone interested in policy has to ask and answer is this: Is there room for another full network that would provide quality programming, that would provide the local programming which different places want to have? That is a complex question. Can you begin to answer it?

[Traduction]

ce n'est comme émission achetée à l'étranger. Nous avons chaque jour, pour ce programme, un public de 675,000 spectateurs.

Mme McDonald: Vous n'avez pas besoin de décrire chaque émission.

M. Picard: Qu'est-ce que vous me demandez alors au juste?

Mme McDonald: J'essaie d'obtenir des pourcentages.

M. Picard: Excusez-moi mais pourriez-vous me poser la question différemment, je ne puis répondre, parce que je ne la comprends pas.

Mme McDonald: Nous nous occupons d'émissions canadiennes produites en studio et d'achats de réalisateurs canadiens par rapport aux programmes achetés ailleurs. Pourriez-vous nous donner des pourcentages?

M. Picard: Entre 18 heures et 24 heures le contenu canadien dépasse 67 p. 100 et ce sont des émissions originales à environ 100 p. 100. Est-ce là ce que vous me demandiez?

Mme McDonald: Pouvez-vous nous dire comment cela se répartit entre les achats à l'extérieur et la production interne?

M. Picard: C'est entièrement interne.

Mme McDonald: Vous n'achetez absolument rien à des producteurs indépendants?

M. Picard: Nous faisons avec eux des coproductions. Je dirais que 50 p. 100 sont des productions indépendantes.

Mme McDonald: Donc 50 p. 100 interne et 50 p. 100 en coproduction.

M. Picard: Oui.

Mme McDonald: Pourriez-vous...

M. Picard: Je vous ai déjà donné les chiffres. Les indépendants nous fournissent 21 p. 100 de la programmation totale; 40 p. 100 du contenu canadien et 50 p. 100 de la production locale. Donc, les seules émissions de Quatre Saisons qui ne soient pas produites par des indépendants sont les nouvelles, une émission hebdomadaire d'une demi-heure sur des affaires publiques, et les jeux, entrevues et variétés en fin d'après-midi. C'est tout. Tout le reste vient des producteurs indépendants.

Mme McDonald: Je voudrais que nous parlions également de la transformation en réseau de Quatre Saisons qui actuellement est essentiellement une station montréalaise avec des satellites. La question que doivent se poser tous ceux qu'intéresse l'élaboration des politiques est celle-ci: y a-t-il suffisamment de place pour accueillir un nouveau réseau qui offrirait des émissions de qualité, et la programmation locale que demandent les différents centres? La question est complexe. Pouvez-vous y apporter un élément de réponse?

[Text]

Mr. Picard: What I would tend to look at is results. If there were not a place for another network, people would not be watching it.

Ms McDonald: We are not interested just in people watching it. Obviously, you are not in a profit position yet, so it is not viable.

Mr. Picard: Right.

Ms McDonald: We are also interested in opportunities for production so that—

Mr. Picard: In my mind I would not be working in my job if I did not think the answer was yes, Ms McDonald.

Ms McDonald: However, you have to convince our minds too.

Mr. Picard: In our second year of broadcasting we started our first two weeks, September 3 to 16, with 21% of the Quebec market, with sales that surpassed. . . We do not seem to be getting very far. I do not seem to be answering your questions at all. You seem frustrated.

Ms McDonald: If you are going to be a full-fledged network, with a number of different stations, and you want to sell advertising on these different stations, you want a profit from being there. You also have to contribute in terms of local programming.

Mr. Picard: So you are talking about local programming in centres like Trois-Rivières, Sherbrooke, Quebec City.

Ms McDonald: Yes.

Mr. Picard: I would tend to view that in stages. We are trying to establish, and I think in the most efficient way possible, a presence province-wide. I think the most efficient way to do that in a first step, since some of our affiliates opened last spring, is by having network programming. I think there are plans. . . There is one local news program in Chicoutimi-Jonquière, which is one of our news programs. In the evolution of the network there will be contributions from the other affiliates. The first contribution might come if we have a new affiliate in Quebec City in September 1988. There are six and a half hours of local programming being planned for there.

I believe there will be opportunities for the affiliates to provide programming for the network, especially as we build our morning schedule. Right now the only contribution being made is, I think, a 12-minute segment in our early evening newscast.

Ms McDonald: What are your aspirations? How big a network do you want to be?

Mr. Picard: If we can touch 98% of the Quebec French-speaking population, that is what we want. We are a bit above 90% right now.

[Translation]

M. Picard: J'aurais tendance à regarder les résultats. S'il n'y avait pas de place pour un autre réseau, les gens ne le regarderaient pas.

Mme McDonald: Ce qui nous intéresse n'est pas simplement que les gens regardent. Vous n'avez de toute évidence pas encore réalisé de bénéfices, votre station n'est donc pas rentable.

M. Picard: C'est exact.

Mme McDonald: Ce qui nous intéresse également ce sont les possibilités de production afin que. . .

M. Picard: Je n'occuperais pas le poste que j'occupe si dans mon esprit la réponse n'était pas positive, madame McDonald.

Mme McDonald: Mais il faut aussi que vous puissiez nous convaincre.

M. Picard: Dans notre deuxième année, nous avons commencé les deux premières semaines, du 3 au 16 septembre, avec 21 p. 100 du marché québécois, et un chiffre de ventes qui dépassait. . . Cela ne semble pas marcher. Apparemment je ne réponds pas du tout à vos questions. Vous semblez frustrée.

Mme McDonald: Si vous devenez un réseau à part entière, avec plusieurs stations, et si vous voulez vendre des spots publicitaires sur ces stations, vous vous attendrez à un bénéfice. Il faut aussi que vous fassiez de la programmation locale.

M. Picard: Vous voulez donc parler de programmation locale dans des endroits comme Trois-Rivières, Sherbrooke et Québec.

Mme McDonald: Oui.

M. Picard: Je procéderai par étapes. Nous essayons de nous établir dans toute la province, et ce, à mon avis, de la manière la plus efficace possible, c'est-à-dire, dans un premier temps, puisque nous avons des stations affiliées depuis le printemps dernier, en montrant une programmation de réseau. Je crois que nous projetons. . . A Chicoutimi-Jonquière, il y a une émission de nouvelles locales. A mesure que le réseau évolue, d'autres stations affiliées apporteront également leur contribution. Il se pourrait que la première contribution vienne de Québec en septembre 1988 si nous avons là une nouvelle station affiliée. Nous prévoyons dans ce cas six heures et demie de programmation locale.

Je crois que les affiliés auront la possibilité de faire de la programmation pour le réseau, surtout à mesure qu'augmenteront le nombre d'émissions en matinée. Actuellement, la seule programmation locale que nous ayons, je crois, est un segment de 12 minutes dans le cadre des nouvelles en début de soirée.

Mme McDonald: A quoi aspirez-vous? Comment voyez-vous votre réseau?

M. Picard: Si nous pouvons atteindre 98 p. 100 de la population francophone du Québec, nous serions contents. Nous en atteignons actuellement un peu plus de 90 p. 100.

[Texte]

Ms McDonald: Outside of Quebec?

Mr. Picard: That is not in the current plans, apart from the fact that our service I think is carried on Cancom.

Mr. Bélanger: No, it is not yet.

Mr. Picard: It is not yet?

• 1400

Mr. Bélanger: There is some overflow in New Brunswick and the eastern part of Ontario, but that is about the size of it. We do not have any plans to expand beyond the Quebec territory.

Mme Finestone: Monsieur Picard, monsieur Bélanger, vos chiffres sont vraiment étonnants. J'ai été étonnée de voir les chiffres de contenu canadien de TVA qui étaient de 50 à 55 p. 100, si ma mémoire est fidèle, et vous autres, vous êtes bien plus hauts que cela même. Je trouve que le Québec est un exemple exemplaire pour le reste du Canada, quant au contenu canadien. Peut-être va-t-il falloir envoyer CTV prendre des leçons.

Pourriez-vous me dire quelles ont été vos relations avec Téléfilm Canada et voyez-vous la nécessité de modifier la façon dont fonctionne Téléfilm, en particulier pour les productions de langue française? Je parle particulièrement du côté du financement.

M. Picard: Jusqu'à maintenant, nos relations avec Téléfilm Canada ont été très bonnes. Je ne commenterai pas trop la situation présente qui semble être un peu difficile. On doit annoncer officiellement très bientôt, je crois, qu'il n'y a plus de fonds pour l'année financière 1987-1988.

Mme Finestone: Monsieur Picard, j'ai posé cette question ce matin ou hier. On m'a répondu que ce n'était pas vrai.

M. Picard: Ah, ce n'est pas vrai!

Mme Finestone: Dans certaines catégories, peut-être. Mais ils ont beaucoup de demandes, bien plus qu'ils ont d'argent; l'argent vient du gouvernement et il faut suivre les barèmes et les règles du gouvernement. Juste pour vous dire que la réponse à cela, hier—je pense que c'était hier—c'était non.

M. Picard: Ah bon!

Mme Finestone: Ce n'est pas vrai. On va voir! M. Sirois l'a dit carrément, car je lui ai posé cette question-là de façon directe.

M. Picard: Pour finir de vous répondre, nos relations étaient bonnes, comme je l'ai dit dans mon texte; ils nous ont permis de faire une programmation, à certaines occasions, de plus grande qualité, ce qui serait peut-être arrivé dans la quatrième ou cinquième année de notre programmation. Quelque chose comme *La maison Deschênes*, dès la deuxième année, n'aurait pas été possible.

[Traduction]

Mme McDonald: Et à l'extérieur du Québec?

M. Picard: Cela n'entre pas actuellement dans nos projets, mais je crois que nous sommes retransmis par Cancom.

M. Bélanger: Non, pas encore.

M. Picard: Non, pas encore.

M. Bélanger: Nous débordons un peu sur le Nouveau-Brunswick et dans l'Est ontarien, mais c'est tout. Il n'est pas dans nos projets de sortir du Québec.

Mrs. Finestone: Mr. Picard, Mr. Bélanger, your figures are really astounding. I was surprised to hear the Canadian content figures for TVA, which were between 50% and 55%, if my memory serves me well, and you are well above that. I think that Quebec should really be given as an example to the rest of the country when it comes to Canadian content. Maybe CTV could learn a lesson here.

Can you tell me about your relationship with Telefilm Canada and do you think it necessary to change the operations of Telefilm with respect to French productions in particular? I am talking about financing.

Mr. Picard: So far we have had a very good relationship with Telefilm Canada. I will not say too much about the present situation, which seems a little delicate. I think that there will be an announcement made soon that there is no more money left for the fiscal year 1987-1988.

Mrs. Finestone: Mr. Picard I asked that question this morning or yesterday. I was told it is not true.

Mr. Picard: Oh, it is not true!

Mrs. Finestone: Maybe in some categories. But Telefilm Canada receives many requests, more than they can finance; the money must come from the government and they must follow the rules and scales imposed by the government. But I just wanted to tell you that the answer to my question yesterday—I think it was yesterday—was no.

Mr. Picard: I see!

Mrs. Finestone: It is not true. We will see! Mr. Sirois said it plainly because I asked the question quite pointedly.

Mr. Picard: To answer your question, our relationship was a good one as I said in my brief; thanks to Telefilm we were able in some cases to produce better programs, something we might not have been able to achieve until the fourth or fifth year of our programming activities. We would not have been able to produce something like *La maison Deschênes* in our second year.

[Text]

Mme Finestone: J'ai entendu les chiffres que vous avez donnés à mon collègue, et il semble que cela a bien marché.

J'aimerais vous poser la question suivante: Que pensez-vous des propositions de Michael Wilson en matière de réduction des déductions pour. . . *I do not know what the word is in French; capital cost allowance, I do not know how to say it in French.*

M. Picard: C'est un désastre.

Mme Finestone: Un désastre! Est-ce que cela va avoir un impact négatif sur votre production?

M. Picard: Chez nous, beaucoup moins grand, parce qu'en général nos productions sont, soit de moins grande envergure, ou alors on a décidé, pour éviter des délais, de financer presque entièrement la production en la commandant au secteur privé. Mais cela va avoir des effets secondaires, c'est-à-dire que les compagnies avec lesquelles on travaille ont d'autres projets qui dépendaient de l'amortissement du coût en capital et donc, cela va peut-être rendre leur situation financière plus précaire.

C'est un souci au plan de l'industrie. Cela ne se retrouve pas immédiatement à notre antenne, mais cela va avoir des répercussions assez importantes à long terme.

Mme Finestone: Je le pense aussi. Que pensez-vous de la suggestion reprise récemment par la ministre des Communications au sujet de l'accroissement des droits de licence que paient les télédiffuseurs, quitte à ce qu'ils récupèrent cet argent s'ils atteignent un certain niveau de contenu canadien? C'est une autre forme de stimulant, en quelque sorte.

M. Picard: Ce n'est pas cela qui nous ferait payer plus à Quatre Saisons. Je pense—je n'ai pas fait de comparaisons précises—qu'en proportion, pour les produits qu'on offre à l'antenne, on paie les frais de licence les plus élevés au Canada, et je dis bien en proportion et non en chiffre absolu. Je pense que ce serait très compliqué à gérer. Je ne vois pas de façon de gérer cela. . .

Mme Finestone: Dans le sens de la complexité ou dans le sens de la philosophie?

M. Picard: Eh bien, l'objectif est louable. On ne peut pas être contre cela, car ce serait être contre la vertu! Mais avant qu'il y ait quelqu'un qui décrive un système qui soit flexible et compréhensible pour ceux qui vont le gérer et ceux qui vont devoir y répondre, cela va être compliqué.

• 1405

Mme Finestone: Cette mesure d'encouragement devrait-elle être appliquée de façon différente, je parle de toute la question des stimulants, est-ce qu'on devrait, dis-je, avoir une optique ou une vision différente du côté français et du côté anglais?

M. Picard: C'était une des bases de nos propos, à savoir que toute nouvelle réglementation devrait tenir compte des réalités différentes des deux marchés. Vous le savez, les résultats parlent d'eux-mêmes du côté du contenu

[Translation]

Mrs. Finestone: I heard the figures you gave to my colleague and it seems that it went well.

I would like to ask you another question: What do you think of Michael Wilson's proposal to reduce the capital cost allowance?

Mr. Picard: It is a disaster.

Mrs. Finestone: A disaster! Could it have a negative impact on your production?

Mr. Picard: It would not be felt as much in our station because our productions are usually more modest or, in order to avoid delays, we finance them almost entirely by going to the private sector. But it will have a ripple effect in that the companies we work with have other projects which depended on the capital cost allowance, and they may find themselves in a more difficult financial situation.

It is a problem for the industry. We will not experience it immediately at our station, but in the long term it will have important consequences.

Mrs. Finestone: That is also my opinion. What do you think of the idea which the Minister of Communications recently accepted that broadcasters pay higher licence fees and get reimbursed if they reach a certain Canadian content? It would be a form of incentive, in a way.

Mr. Picard: Quatre Saisons will not have to pay more. I think, but I have not looked at it closely, that proportionately we pay the highest licence fees in Canada given our type of programs, and I did say proportionately. I think it would be very difficult to manage. I do not see how you could manage. . .

Mrs. Finestone: Because it is so complex or for philosophical reasons?

Mr. Picard: The objective is quite commendable. You cannot be against it, you cannot be against motherhood! But it is going to be difficult to come up with a system that is flexible and understandable for those who will have to administer it and those who will have to live by it.

Mrs. Finestone: Do you think that the approach on this question of incentives should be different for the French-speaking and English-speaking broadcasters?

Mr. Picard: That is what we were saying. We said that in the new regulations the difference between the two markets should be taken into account. As you know there are telling differences in Canadian content between

[Texte]

canadien, quand on compare la télévision française et la télévision anglaise. Donc pour nous, la réponse est oui.

Mme Finestone: Merci. Quel serait, d'après vous, l'impact de la venue des canaux spécialisés sur le service de base du câble?

M. Picard: Encore une fois, c'est une réponse intéressée. Cela nous inquiète un peu. Cela multiplie les services disponibles. Quant à moi, ces services-là ont un contenu canadien très peu élevé en général. Ils vont probablement affaiblir en partie les autres services qui ont un contenu canadien élevé, au Québec et au Canada anglais.

Mme Finestone: Oui, mais cela est un facteur! J'aimerais bien que vous vous attaquiez en même temps au problème de la fragmentation du marché sur le plan publicitaire, et à celui de l'argent disponible. Ce sont les deux faces du problème.

M. Picard: La fragmentation de marché, c'est inévitable. Je trouve qu'on a déjà pas mal de services sur notre câble de base, comme je l'ai dit, plus que dans à peu près la plupart des villes américaines. Et pour la recette publicitaire, chacun des requérants dit qu'il irait chercher une certaine proportion de ses recettes sur le marché publicitaire. Certains croient déjà que l'arrivée de Quatre Saisons rend la vie très difficile aux autres télédiffuseurs, sinon aux autres médias comme la radio. Et rajouter des services de base, qui sont des services, en principe, discrétionnaires, cela devient comme un droit acquis du citoyen canadien d'obtenir un nombre illimité de services qui lui sont fournis automatiquement.

Mme Finestone: Merci. Je veux seulement dire qu'il y a du monde dans le secteur qui croit que peut-être ce n'était pas une très bonne idée de vous avoir donné une licence.

M. Picard: Je la sais!

Mme Finestone: Mais si votre cote d'écoute continue d'augmenter, peut-être qu'ils n'ont pas eu raison. Merci.

M. Blackburn (Jonquière): Merci, monsieur le président.

Cette question de fragmentation et d'augmentation de possibilités sur le câble, est-ce que cela vous inquiète dans les développements futurs, dans les années futures, ou vous sentez-vous en mesure de faire face à d'autres compétitions? Comment vous percevez cela? Est-ce que vous croyez que l'on doit restreindre toute possibilité d'extension du marché en termes de nouveaux réseaux ou autres?

M. Bélanger: Je pense que la réponse n'est pas aussi simple qu'elle pourrait l'être: oui ou non. Il est évident qu'à l'heure actuelle on a un problème de digestion de tout ce qui est entré dans le système canadien depuis le début de la décennie. Il y a eu quand même l'éclosion des services satellisés, le câble avec des services spécialisés, des services américains additionnels. Cela fait beaucoup de monde en peu d'années à venir jouer sur les ondes canadiennes et rechercher l'attention des auditeurs.

[Traduction]

French and English television. So in our view the answer is yes.

Mrs. Finestone: Thank you. In your opinion what impact would specialty services have on the basic cable?

Mr. Picard: Again, we are directly concerned. We are somewhat worried. This initiative multiplies the number of available services. And I feel that these services generally have very little Canadian content. They will probably weaken the position of those who offer a high Canadian content in Quebec as well as in English Canada.

Mrs. Finestone: Yes, but that is one aspect! I would like you to address also the question of market fragmentation in advertising and of available money. They are two other aspects of the problem.

Mr. Picard: Market fragmentation is inevitable. As I said earlier, I feel that we already have a good number of basic cable services, more than most American cities. As for advertising revenues, all applicants said that they would try to get a part of their funding from advertising revenues. Some already feel that the presence of Quatre Saisons has made life very difficult for the other broadcasters and even for other media such as radio. Adding new basic services which are normally discretionary is like giving Canadians the right to an unlimited number of services they can expect to get automatically.

Mrs. Finestone: Thank you. I simply wanted to say that some people in the industry felt that it was not a good idea to give you a licence.

Mr. Picard: I know!

Mrs. Finestone: But if you continue to increase your audience maybe they were wrong. Thank you.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you, Mr. Chairman.

Does this question of fragmentation and of increasing the number of services on cable worry you for the future, or do you feel you can stand the competition? How do you see it? Do you feel that we should limit the development of the market, the creation of new networks?

Mr. Bélanger: I think that the answer cannot be a simple yes or no. Obviously at the present time we are having difficulty digesting all that has been fed into the Canadian system since the beginning of the decade. We have seen the multiplication of services through satellites, specialty services on cable, new American services. In a very few years a lot of players have come on the Canadian field trying to attract viewers.

[Text]

À ce stade-ci, c'est délicat de prédire si oui ou non la venue de services additionnels peut avoir un impact majeur, prévisible et quantifiable, finalement, sur ce qui peut se produire sur la télédiffusion conventionnelle. À court terme, compte tenu des parts de marché que les services spécialisés ont réussi à obtenir jusqu'à maintenant, cela ne semble pas tellement problématique. Mais comme on l'a souligné dans notre présentation, que plusieurs de ces services-là—ces services discrétionnaires—qui iraient sur le service de base tout en bénéficiant d'une part d'un marché assuré avec les revenus de la tarification des abonnements, plus la possibilité d'aller chercher des revenus publicitaires, tout cela risque avec le temps d'éroder la base-même de la télédiffusion conventionnelle qui se nourrit carrément des revenus de publicité.

• 1410

À supposer que dans quelques mois le CRTC rende une décision sur un certain nombre de services spécialisés, et que ces services-là deviennent disponibles, on n'est pas en mesure, encore une fois, de vous dire pour l'année prochaine, ou les trois ou quatre prochaines années, si cela peut avoir un impact majeur. Mais il est évident qu'une fois que le ver est dans la pomme, cela risque effectivement de créer des problèmes. L'entreprise va observer très sérieusement l'évolution de la situation. Mais je ne pense pas qu'on puisse en mettre indéfiniment non plus au menu de base du système de câble. Et là, toute la question de l'étagement revient encore une fois; l'architecture même de la distribution et des services sur le câble revient au centre des discussions. Et je n'ai pas l'impression qu'on a vidé cet abcès-là pour un bon moment.

M. Blackburn (Jonquière): Tandis qu'on parle de prévisions, pour votre réseau Quatre-Saisons, lorsque vous avez projeté d'entrer en ondes, vous aviez imaginé certains scénarios dans lesquels vous aviez formulé des hypothèses de rentabilité au bout d'un certain nombre d'années par rapport à vos prévisions. Est-ce que vous vous en approchez ou, au contraire, est-il arrivé un ensemble d'éléments qui ont fait que vous êtes loin des prévisions de départ?

M. Picard: Je pense que les prévisions financières qui ont été faites au niveau du budget global et au niveau de la part du budget de la programmation ont beaucoup évolué, surtout sur le plan des augmentations; donc le déficit ponctuel est plus important. En proportion, cependant, je crois que nos prévisions demeurent les mêmes. On devait avoir le premier profit de fonctionnement après la cinquième année, si je me rappelle bien, et je pense que c'est toujours notre objectif, mais dans des proportions budgétaires différentes au niveau du budget de base.

M. Bélanger: Excusez-moi, si je peux ajouter quelque chose. Il n'est pas mauvais non plus de rappeler qu'entre le moment de l'attribution de la licence originale qui donnait une station à Montréal, et ce qui s'est développé dans l'année-même où cette licence a été accordée quant à la possibilité de créer un réseau—licence qui a été

[Translation]

At this point it would be difficult to say whether additional services would have a major, predictable and quantifiable impact on conventional broadcasting. In the short term, given the market share that specialty services have taken up to now, it does not seem to be a problem. But as we noted in our presentation, if several of those discretionary services are offered with the basic cable service and get a guaranteed market share with revenues from subscriptions as well as the opportunity for advertising revenue, it could, in time, erode the very foundation of conventional broadcasting, which depends entirely on advertising revenues.

If in the next few months the CRTC were to grant licences for some specialty services, we cannot say whether that would have a major impact in the following year or the following three or four years. But obviously once the door is opened, we could have problems. The industry will follow that situation very closely. I do not think that you can constantly add to the basic cable service. And we come once again to the whole question of tiering; it is the very structure of cable distribution and services that is in question and I do not think that we are about to solve that problem.

Mr. Blackburn (Jonquière): Since we are talking about projections, network, when you decided to go on air with Quatre Saisons, you had prepared various scenarios under which you would begin making a profit after a certain number of years. Are you close to those projections or have circumstances kept you from reaching your original goals?

Mr. Picard: I think that our financial projections on the overall budget and the programming budget have evolved greatly, particularly as regards increases. Our deficit is therefore much larger than anticipated. However, proportionately I think that our projections remain unchanged. We should get our first operating profits after the fifth year if I recall correctly, and I think that is still our objective, although the proportions in our basic budget are different.

Mr. Bélanger: I would like to add something. One must also remember that between the time we received our original licence for a station in Montreal and the time later that year when we were licensed to set up a network—that is, when Quatre Saisons was licensed to use a satellite and to reach the whole province—we incurred

[Texte]

accordée effectivement à Quatre-Saisons pour utiliser le satellite et donc couvrir l'ensemble de la province—, il y a eu des coûts additionnels au moment du lancement de la station et du réseau, mais cela permet aussi, dans le même temps, d'avoir des prévisions budgétaires. En d'autres termes, nous avons la possibilité avec un auditoire élargi de pouvoir aller chercher éventuellement des revenus additionnels pour compenser nos déficits de la première année d'opération. Cette possibilité nous est donc maintenant offerte.

M. Blackburn (Jonquière): Lorsqu'on constate la fragmentation possible du marché, qu'est-ce qu'on envisage lorsqu'on est propriétaire d'une station, d'un réseau comme celui-là? De quelle façon envisage-t-on d'aller chercher des revenus additionnels? Comment entrevoit-on cela? Est-ce qu'il s'agit de trouver ce qu'on appelle l'émission idéale qui va nous chercher une bonne cote d'écoute de telle sorte qu'on va être en mesure d'augmenter nos revenus publicitaires? Qu'envisagez-vous à ce moment-là dans la situation actuelle?

M. Picard: Il y a eu une réponse à cette question et c'est bien sûr la cote d'écoute. Pour nous, à Quatre Saisons, il y a cependant aussi le développement d'une nouvelle clientèle. Il y a des annonceurs locaux qui ne faisaient auparavant appel qu'aux journaux ou à la radio et qui ont investi dans une première campagne de publicité et de promotion à la télévision. Mais au-delà d'aller chercher des auditoires de pointe, c'est-à-dire des *Lance et compte*, *Les dames de coeur*, Quatre Saisons n'a pas les fonds pour financer des produits qui vont chercher les maximums d'écoute. Ce qu'on essaie de faire, c'est de créer des productions relativement bon marché qui peuvent potentiellement être répétées cinq, ou encore trois ou deux fois, dans l'horaire, pendant une semaine et créer une habitude d'écoute. Ce qui est difficile pour une télévision qui arrive dans un marché déjà très occupé, où le téléspectateur est très sollicité, c'est de créer une certaine notoriété et une habitude. C'est ce qu'on commence à gagner maintenant. On fait partie des choix. Quand les gens pitonnent le soir, ils se disent: Je vais voir ce qui se passe là. Ce n'était pas le cas il y a un an.

• 1415

Pour nous, il ne s'agit pas encore d'aller chercher les grandes pointes, mais d'atteindre une certaine régularité.

M. Blackburn (Jonquière): Comment Quatre Saisons voit-il la question de Télé-Canada?

M. Picard: Je vais vous répondre à titre personnel, car il n'y a pas encore de position corporative sur le dossier Télé-Canada. Je ne me sens pas très compétent pour répondre en détail. Je mets cela dans la perspective de la création de nouveaux services. Sont-ils vraiment nécessaires? Est-ce que le rôle qu'ils jouent n'est pas déjà joué par d'autres diffuseurs? Je pense surtout à Radio-Canada. La télévision publique coûte cher et cela se perpétue avec la création d'un nouveau service, d'une nouvelle administration. Ce n'est pas le cas seulement dans le domaine de la radiodiffusion. Quand vous créez quelque chose, c'est très difficile à transformer par la

[Traduction]

additional costs to launch the station and the network, but that also allowed us to make budgetary projections. In other words, since our audience is larger, we can try to obtain additional revenues to offset the first year's deficit. We now have that possibility.

Mr. Blackburn (Jonquière): How does the owner of a station, of a network like yours, react when faced with the possibility of market fragmentation? How do you plan to get additional revenues? How do you go about it? Do you try to find the ideal program that will give you a good rating so that you can increase your advertising revenues? What approach are you looking at presently?

Mr. Picard: The answer to that question is, of course, the ratings. But we at Quatre Saisons also have to build up our audience. There are some local businesses which had always advertised in newspapers and on radio and which have now for the first time launched an advertising and promotional campaign on TV. But besides trying to get some peaks in the ratings with programs like *Lance et compte* and **Les dames de coeur*, Quatre Saisons does not have the financial means to produce the type of programs which attract a large audience. What we are trying to do is to produce relatively cheap programs that can be shown five or three or two times in a weekly schedule in order to create a following. The difficulty for a new station in an already crowded market, where the viewer has many choices, is to make itself known and to create a viewing habit. That is what we are beginning to do. We are one of the choices. In the evening when people play around with their selector they think: Let me see what is on that one. That was not the case a year ago.

We are not yet trying to get great ratings but rather to achieve a certain stability.

Mr. Blackburn (Jonquière): How does Quatre Saisons feel about TVCanada?

Mr. Picard: I will have to give you my personal opinion because Quatre Saisons does not yet have an official position on that question. I do not really feel competent to give you a comprehensive answer. But I view it in the same way as the creation of new services. Is it really necessary? Is their role not already filled by the other broadcasters? I am thinking primarily of *Radio-Canada*. Public television is expensive and the cost will increase with the creation of a new service, of a new administration. That is true not only of broadcasting. When you create something it then becomes very difficult to change it. Personally, even as a private broadcaster, I

[Text]

suite. Radio-Canada, pour moi, même dans la perspective d'un diffuseur privé, remplit un rôle important dans notre télédiffusion. Si je lis le mandat de Télé-Canada, je ne vois pas beaucoup de choses qui ne sont pas dans le mandat de Radio-Canada. Il y aurait peut-être lieu d'examiner les objectifs de Radio-Canada à long terme et les moyens qui seront mis à sa disposition pour les atteindre. Ceci devrait être fait parallèlement.

Le président: Merci, monsieur Blackburn. Monsieur Gormley.

Mr. Gormley: Mr. Chairman, I would like to follow up on a supplemental to the other question on the fragmentation and what it does to revenues and the market. I guess it stands that if more people in more of the urban markets are going to keep desiring a slice, inexorably the slices will get smaller. We have heard this in Chicoutimi and Quebec, and they named Quatre Saisons, as you well know.

What has it done in terms of the urban markets, perhaps not so much Montreal, but in Quebec, in Sherbrooke and these areas, in terms of actual revenues of existing television stations? Has there been a significant drop in revenue station by station?

Mr. Picard: In Sherbrooke and Trois-Rivières they are going to apply in November, I think, to obtain from the CRTC the right to do selective sales. So they are not doing them yet. I think the only place in Quebec where they are doing that is Quatre Saisons in Chicoutimi-Jonquière. They say Quatre Saisons is having relatively satisfying success there.

The competition right now is price-cutting at other networks. We think it is tough when we are trying to choose programs and get people to sign up as stars. The real battle is in the trenches when they have to sell the 30-second and the 50-second spots.

Mr. Gormley: That was my next question. What has it done to the spot price in these markets? Can you tell us a percentage drop, for example?

Mr. Picard: I personally cannot do that, unfortunately. Maybe somebody from sales at Quatre Saisons could give you that. But it has dropped. The strategy of our competitors is to say, do not go to Quatre Saisons; we will drop our price.

Mr. Gormley: Could we submit that as a written question to you, and could you please get back to us?

Mr. Picard: Sure.

Mr. Gormley: Speaking of competitors, the role of Radio-Canada in terms of pricing... it has been a criticism of French broadcasters in television that Radio-Canada, some broadcasters say, has been dropping spot prices by as much as 50%, causing what they consider to be undue depression on that price. Have you a comment on that?

Mr. Picard: It is certain that once you open a door to a public enterprise and they have to sell something, they

[Translation]

feel that *Radio-Canada* plays an important role in our broadcasting system. I have not found very many things in TVCanada's mandate that are not already in *Radio-Canada's* mandate. It might be a good idea to look at *Radio Canada's* long term objectives and to examine what resources will be given to the network to reach those objectives. The two issues should be looked at simultaneously.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn. Mr. Gormley.

M. Gormley: Monsieur le président, j'ai une question complémentaire à celle de la fragmentation du marché et des conséquences que cela a sur les recettes. Je suppose que si de plus en plus de gens veulent se partager les marchés urbains, les parts rétréciront inévitablement. C'est ce qu'on nous a déjà dit à Chicoutimi et à Québec, et comme vous le savez, le nom de Quatre Saisons a été mentionné.

Quel effet votre arrivée dans les marchés urbains, peut-être pas tant à Montréal, mais à Québec, à Sherbrooke et dans les régions, a-t-elle eu sur les recettes des stations en place? Leurs revenus ont-ils baissés de façon importante?

M. Picard: Pour Sherbrooke et Trois-Rivières, on a l'intention de présenter une demande au CRTC en novembre, je crois, pour obtenir le droit de faire des ventes sélectives. Cela ne se fait pas encore. Je crois qu'à Québec, il n'y a que Quatre Saisons qui le fasse à Chicoutimi-Jonquière. On dit que cela donne d'assez bons résultats.

Actuellement, la concurrence coupe les prix. Nous trouvons qu'il est difficile de choisir des programmes et d'attirer des vedettes. Mais c'est dans les tranchées que se déroule la véritable bataille, lorsqu'il faut vendre les spots de 30 et de 50 secondes.

M. Gormley: J'allais y venir. Comment cela a-t-il influencé le prix du spot dans ces marchés? Pouvez-vous nous dire quel est le pourcentage de la baisse, par exemple?

M. Picard: Malheureusement, je l'ignore. Peut-être que quelqu'un au département des ventes à Quatre Saisons aurait cette information. Mais le prix a baissé. La stratégie de nos concurrents est de dire aux annonceurs: N'allez pas à Quatre Saisons, nous vous ferons un prix.

M. Gormley: Pourrions-nous vous donner cette question par écrit?

M. Picard: Bien sûr.

M. Gormley: A propos de concurrence, le rôle de Radio-Canada dans la fixation des prix... les télédiffuseurs de langue française ont critiqué Radio-Canada parce que, disent certains, le réseau a réduit les prix des plages publicitaires jusqu'à 50 p. 100, ce qui crée une pression excessive à la baisse, selon eux. Qu'en pensez-vous?

M. Picard: Il est certain qu'une fois la porte ouverte à une entreprise publique qui a quelque chose à vendre,

[Texte]

will sell it. The price will go down. It is inevitable, no matter which industry you are working in, so they must sell. When they have six minutes per half-hour, they cannot have promotions for their own programs in those six minutes because then people will ask what is going on at the station. And Radio-Quebec can now interrupt its programming, not only on the hour and half-hour but within its programming to do advertising.

Ce n'est pas de la publicité de prestige. It is the same advertisers we have. And *Radio-Canada*, for the first time this year or last year, is on the local sales. That is something that touches us more. They have depressed their own prices because they have to sell, and it depresses the market in general.

• 1420

Mr. Gormley: I think what I am trying to hear you say, and you are avoiding it, understandably, is the concern that has been held by private broadcasters for years, that with *Radio-Canada* you are competing against the government which has less of a revenue demand than you do to pay your bills at CFCF, or on your French side.

Mr. Picard: Yes. To me that is clear once you open the door. I have to respect what they are doing. They believe in their own programming. They have some of the best programming in Canada, and they have to find ways to support it. They are not getting it from Parliament, so they are trying to get it elsewhere.

Mr. Gormley: I appreciate your candor on that matter.

I have one other question unrelated to revenues. It is children's programming. We have heard throughout the hearings in Quebec what to me as a western Canadian anglophone has been probably one of the most sincere commitments to locally home-done children's programming. I have been very impressed by both the level and the quantity in Quebec. Could you tell us what *Quatre Saisons* does, if anything, in early morning or daytime or weekend programming geared for children in studio production and independent production?

Mr. Picard: We have on a daily basis a show that to us at least we think, and I avoid saying this in general, is unique. It is a 4.15 p.m. to 4.30 p.m. show called *Le petit journal* which is for maybe 8-year-olds to 88-year-olds, but basically 8-year-olds to 16-year-olds. It uses daily news show items to open a window on geography, history, and sociology. It uses daily news as a window on educational material for children, which is of more and more interest to kids. We repackage that in an hour programming on Saturday afternoon. Apart from that, we have no shows for 2-year-olds to 6-year-olds. We are trying to develop a daily 15-minute show that will go on from Monday to

[Traduction]

elle va le vendre. Le prix va baisser. C'est inévitable, quelle que soit l'industrie en question. Quand le réseau a six minutes de publicité par demi-heure, il ne peut pas se contenter de promouvoir ses propres émissions pendant six minutes, car le public se poserait des questions. Et Radio-Québec peut maintenant faire de la publicité non seulement à l'heure et à la demi-heure, mais pendant l'émission même.

It is not especially prestigious advertising. Nous avons les mêmes annonceurs. Et pour la première fois cette année, ou l'an dernier, Radio-Canada s'occupe de ventes locales. C'est là une pratique qui nous touche davantage. La Société Radio-Canada a baissé ses propres prix parce qu'elle veut vendre et cela exerce des pressions à la baisse sur le marché en général.

M. Gormley: Ce que j'essaie de vous faire dire—et vous vous défilez, je le comprends—c'est ce que nous disent les radiodiffuseurs privés depuis des années, à savoir que Radio-Canada étant votre concurrent, vous devez en fait soutenir la concurrence du gouvernement dont les besoins de revenu sont moindres que les vôtres à CFCF, du moins pour les émissions françaises.

M. Picard: Oui. Cela m'apparaît très clair, une fois la porte ouverte. Je dois respecter ce que fait la SRC. Elle croit à sa propre programmation. Ses émissions sont parmi les meilleures au Canada et elle doit trouver des façons de les financer. Comme elle n'obtient pas le financement nécessaire du Parlement, elle doit chercher à trouver des fonds ailleurs.

M. Gormley: Je vous remercie de votre franchise.

J'aimerais poser une autre question qui ne touche pas les revenus. J'aimerais parler de la programmation à l'intention des enfants. En tant qu'anglophone de l'Ouest canadien, j'ai trouvé que les témoins qui ont comparu lors de nos audiences au Québec ont exprimé un engagement très sincère à l'endroit de la programmation locale pour enfants. J'ai été très impressionné tant par la quantité que par la qualité de la programmation au Québec. Pouvez-vous nous expliquer à quoi se résume la programmation à l'intention des enfants réalisée par *Quatre Saisons*? Je pense aux émissions produites en studio ou à titre indépendant en vue de la diffusion tôt le matin, le jour ou en fin de semaine.

M. Picard: Nous produisons tous les jours une émission qui, à mon avis, est unique. Cette émission qui s'appelle *Le Petit Journal* est diffusée de 16h15 à 16h30 à l'intention des jeunes âgés de 8 à 88 ans, mais surtout à l'intention des 8 à 16 ans. Elle reprend des éléments des émissions quotidiennes de nouvelles pour parler de géographie, d'histoire et de sociologie. Cette émission utilise des nouvelles de tous les jours pour présenter aux enfants du matériel éducatif qui les intéresse de plus en plus. Nous faisons un montage d'une heure qui est diffusé le samedi après-midi. C'est la seule émission que nous produisons à l'intention des jeunes de deux à six ans.

[Text]

Friday in that area. Of course, when we finance this, it is a 100% loss; there is no revenue association with it.

On weekends, Saturday afternoons, we put on a series of acquisitions. Something that has been shown for years on all sorts of networks in Canada is *The Littlest Hobo*. Also there is a new show called *Action Jeunesse*, which is a derivative product of a show called *Action Réaction*, that is on at 6 p.m. every day of the week. It is a word game show and word association show for kids in the first three years of high school.

Mr. Gormley: What does the francophone child have in the *Sesame Street* mold? Canadian kids, of course, have the *Children's Television Workshop* with the French cut in by the CBC. Is there any type of similar program for kids in French Canada?

Mr. Picard: There is *Passe-Partout*. It has been a success with children for the past seven years and was produced by a division within the Ministry of Education in Quebec that is now part of Radio-Quebec. On Radio-Québec it is on every day at 6 p.m., and on *Radio-Canada* every morning at 11.30. Every two or three years they reproduce a cycle of 50 that they work into their cycle of 250 shows. It is a rather extraordinary show which is almost a religion to young kids in Quebec. And *Radio-Canada* had its traditional 4 p.m. to 5 p.m. two half hours per day kid show that has always been very popular but is now slowly being replaced by acquisitions.

• 1425

Le président: Merci, messieurs Picard et Bélanger, pour votre témoignage cet après-midi.

That is going to help us a lot. We appreciate your openness and your frankness, and if we got fairly close to some business secrets, we did not intend to embarrass you. I think you dodged that nicely but helpfully. Thank you.

Nous souhaitons la bienvenue aux témoins du réseau français de radio de la Société Radio-Canada, M. Jean Blais et ses collègues. Monsieur Blais, vous avez la parole.

M. Jean Blais (vice-président du réseau français de radio de la Société Radio-Canada): En premier lieu, je voudrais vous remercier de nous avoir invités. C'est un honneur pour nous d'être ici cet après-midi.

Je vous présente M. Paul-Marie Lapointe, directeur des programmes des réseaux français de radio, AM et FM, et responsable de la programmation régionale; et M^{me} Hélène Robillard-Frayne, qui travaille au bureau de M. Lapointe comme adjointe et s'occupe surtout de tout ce qui touche les opérations quotidiennes, notamment les

[Translation]

Nous essayons de préparer une émission quotidienne de 15 minutes qui serait diffusée du lundi au vendredi à l'intention de ce groupe d'âge. Bien sûr, quand nous finançons la production d'une telle émission, nous affichons une perte totale; elle ne rapporte rien.

Quant aux fins de semaine, nous diffusons le samedi après-midi des émissions achetées. Tous les réseaux canadiens diffusent depuis des années *The Littlest Hobo*. Il y a aussi une nouvelle émission qui s'appelle *Action Jeunesse*, une émission inspirée de *Action Réaction* et qui est diffusée à 18 heures tous les jours de la semaine. C'est une émission de jeux de mots et d'associations de mots à l'intention des jeunes dont l'âge correspond aux trois premières années du secondaire.

M. Gormley: Quelles émissions comparables à *Sesame Street* peuvent capter les enfants francophones? Les enfants canadiens peuvent bien sûr capter l'émission *Children's Television Workshop* à laquelle la SRC ajoute du français. Les enfants canadiens français peuvent-ils capter une émission comparable?

M. Picard: Il y a bien sûr *Passe-Partout*. C'est une émission qui a un grand succès auprès des enfants depuis sept ans et qui a été produite par une division du ministère de l'Éducation du Québec qui fait maintenant partie de Radio-Québec. Cette émission est diffusée à Radio-Québec tous les jours à 18 heures et à Radio-Canada tous les matins à 11h30. Tous les deux ou trois ans, Radio-Québec reproduit un cycle de 50 émissions qui est inséré dans le cycle plus large de 250 émissions. C'est une émission plutôt extraordinaire que regardent presque religieusement les jeunes du Québec. En plus, Radio-Canada diffuse depuis toujours des émissions pour enfants très populaires d'une demi-heure entre 16 heures et 17 heures mais celles-ci sont graduellement remplacées par des émissions achetées.

The Chairman: Thank you, Mr. Picard and Mr. Bélanger for your presentation this afternoon.

Il nous sera très utile. Nous vous remercions de votre franchise et si nous avons presque réussi à vous tirer des secrets commerciaux, ce n'était pas dans le but de vous mettre dans l'embarras. Vous avez réussi à vous défilier de façon très habile mais très utile à la fois. Merci.

We now welcome Mr. Jean Blais and his colleagues from the French CBC network. Mr. Blais, you have the floor.

Mr. Jean Blais (Vice-President, French radio network, Canadian Broadcasting Corporation): First of all, I would like to thank for inviting us to appear today. We are honoured to be here this afternoon.

I would like to introduce Mr. Paul-Marie Lapointe, program director for the French AM and FM radio networks, who is also responsible for regional programming; and Ms Hélène Robillard-Frayne, who is Mr. Lapointe's assistant and who is also responsible for day-to-day operations including sudden changes in the

[Texte]

changements brusques d'horaires; quand il arrive des événements comme ceux de cette semaine, il faut faire une émission spéciale, et c'est une de ses responsabilités. Je vous présente aussi M. Denis Doucet; c'est le plus jeune, et on l'a amené pour le former, mais aussi parce qu'il est le coordonnateur de la planification.

Nous avons passé la semaine dernière devant le CRTC, à présenter nos réalisations depuis le dernier renouvellement de nos licences en 1978 et à mettre de l'avant nos projets d'avenir, malgré les incertitudes de l'heure.

Nos incertitudes sont de deux ordres. D'abord, le financement de Radio-Canada est l'objet de discussions dans le grand public, à l'intérieur de notre maison et avec les pouvoirs publics. Deuxième ordre d'incertitude: la révision du mandat de la Société dont on parle depuis quelques années.

Devant ces deux catégories de préoccupations, je voudrais présenter le plus simplement possible les objectifs actuels de la radio publique de langue française.

La radio française de Radio-Canada exploite 15 centres de production et assure deux services qui se complètent l'un l'autre.

Le réseau mono, ou réseau AM, diffuse un service destiné à la grande écoute, et c'est pourquoi il comprend surtout de l'information, du service public, des interviews d'intérêt général, de la musique populaire.

En parallèle, notre réseau stéréo ou FM diffuse de la musique classique et des magazines ou des documentaires d'intérêt culturel: littérature, histoire, dramatiques, documents sur les arts et sur les sciences.

• 1430

Pour les besoins de votre Comité, qui doit entendre un grand nombre d'organismes et d'experts, je crois que le plus utile serait que je rappelle ici en quoi nos deux services radiophoniques se distinguent de la radio qu'on peut entendre aux autres antennes.

D'habitude, le réseau FM stéréo passe d'emblée pour distinctif. Il offre, par exemple, un répertoire musical axé sur la musique classique. Radio-Canada produit elle-même, dans ses studios ou dans des salles de concert en présence du public, une douzaine d'heures par semaine de récitals, de concerts avec des musiciens canadiens. Ces 12 heures sont un strict minimum. En pratique, il arrive très souvent que des concerts spéciaux prennent la place d'émissions qui sont d'habitude constituées de musique sur disques.

Un grand nombre d'émissions de disques doivent respecter chacune une orientation particulière: par exemple, musique vocale ou instrumentale, musique de chambre, musique folklorique, oeuvres pour petits ensembles ou pour orchestres symphoniques, musique ancienne ou musique contemporaine.

[Traduction]

scheduling. When events such as those that happened this week occur, she assumes responsibility for preparing a special program. I would also like to introduce Mr. Denis Doucet; he is the youngest and we brought him along to give him some training, but also because he is the planning co-ordinator.

We spent last week explaining to the CRTC our achievements since our licences were last renewed in 1978 and our plans for the future, despite the present uncertainty.

Our uncertainty is attributable to two factors. First of all, the financing of the CBC is currently being discussed by the general public, inside the organization and with the government. Secondly, the mandate of the CBC is being re-examined as planned for several years now.

Given these two sources of concern, I would like to present as simply as possible the current objectives of the French-language public radio network.

The CBC's French-language radio network operates 15 production centres and provides two services which complete each other.

The AM network broadcasts programming that appeals to large audiences, mostly news, public service announcements, general interest interviews and popular music.

On the other hand, our stereo or FM network broadcasts classical music and cultural programs or documentaries: literature, history, drama, and material on the arts and sciences.

For your committee's purposes, since you will be hearing from many organizations and experts, I think the best approach would be for me to remind you how our two radio services differ from other radio stations.

Usually the FM stereo network is automatically considered distinctive. Its musical programming is chiefly classical. *Radio-Canada* produces itself, in its studios or in public concert halls, about 12 hours a week of recitals and concerts featuring Canadian musicians. The 12 hour figure is a minimum. It often happens, in fact, that special concerts replace programs on which recorded music is usually played.

Many recorded music programs have a particular focus; for example, vocal or instrumental music, chamber music, folk music, works for small ensembles or for symphony orchestras, ancient music or contemporary music.

[Text]

Dans la plupart des émissions, le programme du réseau FM présente des oeuvres complètes, par opposition à des morceaux choisis ou à des extraits plus connus du répertoire.

Le programme musical fait une place importante au répertoire contemporain. On consacre deux soirées par semaine à la musique actuelle sous toutes ses formes. On la présente, on la commente, on l'explique un peu. En plus de ces deux rendez-vous spécialisés, on retrouve des oeuvres modernes à d'autres émissions, dans le cours ordinaire des émissions.

Depuis quelques années, on a pu accroître le volume de la production d'émissions en direct ou de concerts enregistrés par les soins de Radio-Canada. Il en est donc résulté une plus grande présence de musiciens canadiens à nos antennes FM.

En plus de ce menu musical exclusif, le service FM stéréo se distingue par un contenu parlé qu'on n'entend pas ailleurs, ni à la radio privée, ni à la télévision, publique ou privée. Il s'agit de près d'une quinzaine d'heures par semaine de documentaires culturels, de dramatiques, d'émissions sur les arts, les lettres, les sciences. Ces émissions sont diffusées en fin d'après-midi et en fin de soirée. Elles s'adressent, bien sûr, à des auditeurs désireux d'élargir leurs connaissances et leurs intérêts culturels, non pas à des auditeurs savants ou très instruits, mais plutôt à ceux qui veulent apprendre à mieux comprendre le monde contemporain et le patrimoine historique de l'humanité.

Il est indéniable que cette radio FM fait beaucoup pour la culture d'ici. Elle la fait connaître, elle en commente les productions et les activités, elle invite ses artisans au micro, elle leur commande des oeuvres musicales, des oeuvres originales.

Tournons-nous maintenant du côté du service mono, ou AM. Ce réseau diffuse à toutes les heures des bulletins de nouvelles alimentés par des journalistes de la Société, en poste aux quatre coins du pays. C'est encore cette radio qui produit des émissions d'affaires publiques d'intérêt local, régional ou national, pour une durée de plus de deux heures par jour et pendant sept autres heures en fin de semaine.

Notre radio AM présente chaque jour des émissions agricoles, des émissions religieuses qui ne sont pas payées par des sectes, des magazines quotidiens d'intérêt général, débordants de témoignages sur la vie quotidienne du Canada français. C'est encore cette radio qui commente, tous les après-midi, les événements de l'actualité dans le monde de la danse, de la musique classique, du cinéma, du théâtre et des arts visuels.

Cette même radio AM, en début de matinée et en fin d'après-midi, prévoit que toutes les stations régionales de la Société décrochent du réseau pour diffuser, chacune sur leur territoire, des éléments plus particulièrement destinés aux auditoires régionaux. C'est volontairement qu'on a confié aux régions ces deux périodes les plus

[Translation]

On most of its programs, the FM network presents full works, rather than selected pieces or excerpts from a composer's most famous works.

The musical programming assigns an important role to the contemporary repertoire. Two evenings a week are devoted to all forms of modern music. The host presents the work, comments on it and explains it a little. In addition to these two specialized programs, modern works can also be heard on other programs.

Over the last few years, we have been able to increase the number of live productions or concerts recorded by *Radio-Canada*. As a result, more Canadian musicians can be heard on our FM network.

In addition to music, the FM stereo service offers other programming that is not heard either on private radio or on public or private television. We offer about 15 hours a week of cultural documentaries, dramas, and programs on the arts, literature and science. These programs are broadcast late in the afternoon and evening. Their target audience is, of course, listeners who want to broaden their knowledge and cultural interests, rather than scholarly or highly educated listeners. So the programs are really for people who want to better understand the contemporary world and its historical heritage.

It is undeniable that our FM radio service promotes and makes people aware of our culture. Radio offers a forum for commentary on production and activities, and for the creators of artistic works. *Radio-Canada* FM also commissions original musical works.

Let me now turn to the mono or AM radio service. Each hour, the AM network broadcasts the news supplied by the Corporation's journalists located throughout the country. The AM radio network also produces local, regional or national public affairs programming that is broadcast for more than two hours each day and seven more hours on the weekend.

Each day, our AM radio service presents farm programs, religious programs, which are not paid for by religious groups, and general interest programs, packed with details about every day life in French Canada. Every afternoon, the AM radio network has a program of commentary on news in the world of dance, classical music, film, theatre and the visual arts.

The morning and late afternoon shows on *Radio-Canada* AM radio are produced by our regional stations and are intended to be of particular interest to regional audiences. We intentionally gave the regions the responsibility for producing programs for these two prime time periods. These two shows broadcast regional news

[Texte]

favorables à la grande écoute. C'est à ce moment-là qu'on diffuse des nouvelles et des affaires publiques d'intérêt régional, des communiqués de service public et des convocations de toute sorte.

Au sujet de cet aspect régional de notre radio AM, permettez-moi de rappeler que, sur les 15 centres de production de la radio française, il y en a 10 qui sont situés dans des milieux majoritairement anglophones. Ces stations constituent, dans ces milieux, la seule antenne radiophonique de langue française. Elles jouent donc un rôle d'identification et de regroupement absolument capital pour les populations françaises dispersées. Rattachées au centre de la francophonie canadienne, elles permettent à l'ensemble du pays d'entendre parler des autres régions, et c'est le seul moyen pour l'auditeur de radio du Québec d'entendre tous les jours des échos de la vie française dans les autres provinces.

• 1435

La radio AM fait appel à des journalistes, à des recherchistes et à des interviewers pour suivre avec intérêt et assiduité tous les champs de l'activité humaine, y compris, bien sûr, les domaines qui ne portent pas à controverse. Le programme AM comprend aussi des éléments de divertissement. Il comprend des émissions qui donnent la parole tous les jours aux artistes de la chanson, en plus de la grande émission du dimanche après-midi. Cette émission dure trois heures, et elle inclut une heure de chansons produites par Radio-Canada, dans toutes les stations régionales, avec de jeunes chanteurs. On fait donc entendre à tout le réseau, de cette manière, ce que le pays francophone promet de mieux parmi les vedettes montantes de la chanson.

Voilà donc en résumé la teneur des deux réseaux complémentaires de la radio française. Nous vous remercions de nous avoir donné l'occasion de vous rappeler les services indispensables que la radio publique offre tous les jours et que personne d'autre, dans le monde des médias, ne peut offrir d'une façon aussi économique et aussi continue.

Nous sommes à votre disposition. Si vous avez des précisions à nous demander, il nous fera plaisir de vous répondre sur-le-champ si nous disposons des renseignements. Nous pouvons en outre noter vos questions si nous n'avons pas les renseignements et vous les faire parvenir par écrit si vous le désirez.

Dans ce document, vous trouverez deux grilles, une qui s'intitule *CBF 690* et une autre qui s'intitule *Réseau FM stéréo*. *Réseau FM stéréo* porte sur tous les réseaux FM. Il n'y a pas de grille officielle pour le réseau AM. On a pris une station régionale et les parties ombrées, par exemple de 6 heures à 9 heures, indiquent les périodes régionales, celles que chacune des stations régionales doit remplir pendant une semaine.

Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur. Madame McDonald.

[Traduction]

and public affairs, and public service and other announcements.

While I am discussing the regional component of our AM radio service, I would like to remind you that 10 of our 15 French-language radio production centres are located in majority anglophone communities. In these locations, the *Radio-Canada* AM stations are the only French-language radio service available. They therefore play an essential role in informing and bringing together widely scattered French-speaking population groups. Since these stations are connected to the centre of the Canadian francophone community, they make it possible for the whole country to hear about other regions, and this is the only way Quebec radio listeners can hear about life in French in the other provinces every day.

AM radio employs journalists, researchers and interviewers to follow with close interest all areas of human activity, including non-controversial areas. The AM radio schedule also includes entertainment. There are programs every day on which listeners hear from singers, as well as the major Sunday afternoon program, which lasts three hours and includes one hour of songs produced by *Radio-Canada*. This program showcasing young singers is broadcast on all our regional stations. In this way, the whole network hears the most promising French-language singing stars.

I have given you a summary of the work done by the two complementary French radio networks. We would like to thank you for giving us this opportunity to remind you of the essential services provided by public radio every day and that no one else in the media world can offer with the same economy and continuity.

We are at your disposal. If you have any clarifications, we would be pleased to answer your questions now if we have the information. We can also make a note of your questions if we do not have the information and send you the answers in writing if you wish.

You will see two grids in our brief, one entitled *CBF 690*, and the other *FM Stereo Network*. The latter refers to all FM networks. There is no official grid for the AM network. We took a regional station and the shaded parts of the grid, for example from 6 a.m. to 9 a.m., represent the periods that must be filled by regional stations each week.

Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you, sir. Ms McDonald.

[Text]

Mme McDonald: J'écoute la chaîne française de radio à Ottawa. Je voudrais d'abord vous poser une question sur la disponibilité des réseaux français de radio, surtout du réseau FM, partout au Canada.

M. J. Blais: Le réseau FM est diffusé à Ottawa, Montréal, Québec, Rimouski, Chicoutimi et Moncton. Il y a aussi un relais à Trois-Rivières. Nous ne diffusons pas le programme FM stéréo à l'extérieur de ces villes-là.

Mme McDonald: Est-ce que vous avez des plans pour véhiculer. . .

M. J. Blais: La semaine dernière, nous sommes allés devant le CRTC. Nous avons une licence pour diffuser à Toronto. Nous considérons que la population de Toronto, qui compte à peu près 250,000 parlant français, serait heureuse de nous accueillir. Jusqu'à maintenant, pour des raisons purement budgétaires, on n'a pas pu diffuser à Toronto. Peut-être qu'on est des optimistes invétérés, mais on espère pouvoir diffuser d'abord à Toronto dans un avenir relativement rapproché.

Mme McDonald: Et ensuite?

M. J. Blais: Ensuite on pense aux principales villes où il n'y a pas de service FM et où il y a de fortes populations francophones, par exemple Trois-Rivières, Sherbrooke, Rouyn-Noranda, Sudbury dans le Nord et toutes les capitales provinciales canadiennes, dans la mesure où nos moyens nous le permettront.

Mme McDonald: Est-ce que les câblodistributeurs font la distribution de vos émissions?

M. J. Blais: Oui, madame. Cependant, ce n'est un secret pour personne que quand on s'abonne au câble, on s'abonne d'abord pour avoir accès à des images. C'est plutôt pour la télévision. Dans certains cas, les distributeurs nous distribuent, mais pour véritablement servir la population canadienne, il va falloir un jour. . . Le câble offre un service d'appoint remarquable. Cependant, il faut qu'un jour le Réseau FM Stéréo soit accessible, gratuitement, à tous les principaux centres canadiens.

• 1440

Mme McDonald: Oui. Ou à travers le Canada.

M. J. Blais: C'est ce que je veux dire, par tous les principaux centres canadiens.

Mme McDonald: Entre-temps, le service devraient être assumé par les câblodistributeurs.

M. J. Blais: Oui. Vous avez raison, mais c'est une mesure temporaire, ce n'est pas un service définitif.

Mme McDonald: Très bien.

Selon la Voix des femmes la sous-représentation des femmes est moins forte à la radio française qu'à la radio anglaise de Radio-Canada. Est-ce qu'il y a encore une sous-représentation des femmes?

M. J. Blais: Avant de demander à Hélène Robillard-Frayne de vous donner des faits précis, regardons la grille FM Stéréo.

[Translation]

Ms McDonald: I listen to the French radio network in Ottawa. I would like to begin by asking you a question about the availability of the French radio networks, particularly FM radio, throughout Canada.

Mr. J. Blais: The FM network is broadcast in Ottawa, Montreal, Quebec City, Rimouski, Chicoutimi and Moncton. There is also a relay in Trois-Rivières. We do not broadcast the FM stereo service outside of those cities.

Ms McDonald: Do you have any plans to broadcast. . .

Mr. J. Blais: We appeared before the CRTC last week. We have a licence to broadcast in Toronto. We think that the 250,000 French speakers in Toronto would be pleased to have our service. So far, for strictly budgetary reasons, we have not been able to broadcast in Toronto. Perhaps we are incurable optimists, but we hope to begin by broadcasting in Toronto in the relatively near future.

Ms McDonald: And after that?

Mr. J. Blais: Then we are looking at the main cities that do not have FM service but do have large French-speaking populations, such as Trois-Rivières, Sherbrooke, Rouyn-Noranda, Sudbury, northern Ontario, and all the provincial capitals. It all depends on our financing.

Ms McDonald: Do cable companies distribute your programs?

Mr. J. Blais: Yes. However, it is hardly a secret that people subscribe to cable first and foremost for television. In some cases, distributors do offer our FM radio programming, but if we are really to serve the people of Canada, some day we are going to have to. . . Cable offers an outstanding additional service. However, the FM stereo network will one day have to be accessible, free of charge, in all the major Canadian centres.

Ms McDonald: Yes, or throughout Canada.

Mr. J. Blais: That is what I mean by all the major Canadian centres.

Ms McDonald: In the meantime, cable distributors should assume the costs of the service.

Mr. J. Blais: Yes. You are right, but that would be a temporary measure, not something permanent.

Ms McDonald: Fine.

According to Voice of Women, the under-representation of women is less of a problem on the French CBC radio network than on the English network. Is under-representation of women still a problem?

Mr. J. Blais: Before I ask Hélène Robillard-Frayne to give you the specific information, let us look at the FM stereo grid.

[Texte]

Mme McDonald: Je ne veux pas les chiffres pour chaque émission. Si vous pouvez me donner le pourcentage des journalistes, etc.

M. J. Blais: Oui. M^{me} Robillard-Frayne.

Mme Hélène Robillard-Frayne (adjointe du directeur des programmes, Société Radio-Canada, Réseau français de radio): Je peux vous répondre pour le Réseau FM et pour le Réseau AM, à l'exclusion des émissions d'informations. Trente-huit p. 100 du temps d'antenne est animé par des femmes. Si on compte les titres d'émissions et le nombre d'émissions animées par des femmes, dans les émissions musicales FM qui représentent plus de 150 heures par semaine, 14 sont animées par des femmes. Environ 45 p. 100 des émissions du FM musical sont animées par des femmes.

Mme McDonald: Et pour les informations?

Mme Robillard-Frayne: Pour les informations, une émission d'informations est animée par une femme. Le pourcentage est plus faible si on ne considère que l'animation des émissions. Par contre, au niveau des journalistes, la représentation est meilleure. Si ma mémoire est bonne, environ 38 p. 100 des journalistes sont des femmes.

Mme McDonald: Avez-vous des projets pour atteindre l'égalité?

Mme Robillard-Frayne: On espère progresser d'année en année. Il y a eu des progrès au FM musical et au AM; de même pour les émissions d'animation comme *Il fait toujours beau quelque part*, *Les belles heures*, etc. Environ 30 p. 100 des titres d'émissions sont animées par des femmes. Il y a des blocs importants comme *Les belles heures*, en après-midi, qui sont animés par des femmes et dans lesquels on retrouve aussi des chroniqueurs féminins.

M. J. Blais: Pourrais-je ajouter quelque chose? Oui, il y a des projets. Je ne veux pas vous scandaliser, mais quand on parle de promotion ou d'égalité des chances, je dis habituellement aux dames de mon bureau qu'on ne fait pas de faveur; on vous donne le poste parce que vous êtes compétentes. On considère qu'elles le sont.

Actuellement, on a à peu près 38 ou 40 p. 100 de femmes; du côté des réalisateurs, c'est peut-être un peu plus élevé. Est-ce qu'on atteindra 50 p. 100 l'an prochain? Je ne pense pas.

Mme McDonald: En quelle année?

M. J. Blais: On est déjà à la fin de 1987. Je vous dirais qu'à la fin de 1989 ou au début de 1990 des progrès substantiels se verront. Il y a des départs et une action positive est orientée de ce côté.

Mais, ne nous demandez pas si c'est 50 ou 49 p. 100? Ce n'est pas tout à fait notre façon de le calculer.

[Traduction]

Ms McDonald: I do not want the numbers for each show. If you could just give me the percentage of journalists, etc.

Mr. J. Blais: Yes. Ms Robillard-Frayne will give you those.

Ms Hélène Robillard-Frayne (Assistant to the Programming Director, Canadian Broadcasting Corporation, French-Language Radio Network): I can give you the numbers for the FM and AM networks, except for news programs. Women announcers account for 38% of broadcast time. If we count program titles among FM musical programs which account for more than 150 hours per week, 14 of the programs are hosted by women. Approximately 45% of FM music programs are hosted by women.

Ms McDonald: And for news programs?

Ms Robillard-Frayne: One news program is hosted by a woman. The percentage is lower if we only take into account hosting of the programs. However, the percentage is higher for journalists. If my memory serves me well, approximately 38% of journalists are women.

Ms McDonald: Do you have any plans for achieving equality?

Ms Robillard-Frayne: We hope to make progress year after year. There has been some progress with AM and FM music programs and with hosted programs such as *Il fait toujours beau quelque part*, *Les belles heures*, et cetera. Approximately 30% of these program are hosted by women. There are important afternoon blocks such as *Les belles heures* which are hosted by women and which also have women correspondents.

Mr. J. Blais: May I add something? Yes, we have plans. I do not want to shock you, but when we speak of promotion or of equality of opportunity, I usually tell the women in my office that we do not do any favours; they get the position because they are competent. We consider that they are.

In fact, women account for 38% or 40% of the total; the proportion might be a little higher for producers. Will we be able to reach 50% next year? I do not think so.

Ms McDonald: In what year will you be able to?

Mr. J. Blais: The end of 1987 is upon us. I can tell you that by the end of 1989 or by early 1990 you will see considerable progress. A start has been made and we are taking positive action in that respect.

However, do not ask us if we will reach 50% or 49%. That is not how we calculate things.

• 1445

Mme McDonald: Les femmes composent la moitié de la population.

Ms McDonald: Women make up half of the population.

[Text]

M. J. Blais: Plus de la moitié.

Mme McDonald: Elles ont la moitié des talents, des capacités et de l'intelligence.

M. J. Blais: Non, peut-être un peu plus, elles sont plus travaillantes.

Mme McDonald: Vous avez mentionné que la musique canadienne est très importante à Radio-Canada. Mais le CRTC, les compositeurs et les musiciens ont toujours dit que ce n'était pas assez. Vous savez bien que ce problème a toujours été soulevé par les gens de l'industrie de la musique. Pouvez-vous nous dire, en terme de pourcentage, combien de vos émissions musicales devraient être consacrées aux compositions canadiennes et aux autres productions?

M. J. Blais: La tendance est qu'on peut atteindre de 16 à 20 heures de production de musique par semaine. Actuellement, on est autour de 16 heures. Si les budgets se maintiennent on devrait atteindre 20 heures.

Mme McDonald: Vous parlez en terme d'heures par semaine.

M. J. Blais: Oui. Actuellement, on fait 10 p. 100; on devrait pouvoir aller chercher 12 ou 13 p. 100 avec les budgets actuels. Quand on parle de production canadienne, il s'agit de musiciens canadiens et pas nécessairement de la musique canadienne.

Mme McDonald: Oui. Il y a ces deux volets. Les deux sont différents et il faut se préoccuper des deux.

M. J. Blais: C'est exact. Donc, quand on parle de 16 ou 20 heures, c'est avec des musiciens canadiens. Pour la musique sérieuse d'aujourd'hui, actuellement, on fait à peu près deux émissions par semaine. Je doute qu'on puisse augmenter de beaucoup.

Mme McDonald: Bon. Il y a les compositions canadiennes, vous avez traité de cette question. Mais, pour les disques canadiens disponibles qui ne coûtent pas cher, qui ne causent pas de problème au budget, quel pourcentage devrait se jouer à Radio-Canada?

M. J. Blais: Paul-Marie Lapointe vous répondra.

M. Paul-Marie Lapointe (directeur des programmes, Réseau français de radio, Société Radio-Canada): Parlez-vous de la musique populaire ou de la musique classique?

Mme McDonald: Les deux.

M. Lapointe: Ce sont deux situations tout à fait différentes.

Mme McDonald: Oui, et les deux raisons sont différentes.

M. Lapointe: Oui. Devant le CRTC, on s'est engagé à faire 40 p. 100 de contenu canadien en musique populaire d'ici à l'automne 1988, alors que les exigences du CRTC étaient de 30 p. 100. On respectera cet engagement.

Mme McDonald: Oui. C'est une augmentation.

[Translation]

Mr. J. Blais: More than half.

Ms McDonald: They represent half of the talents, abilities and intelligence.

Mr. J. Blais: No, maybe a bit more, they are more hard-working.

Ms McDonald: You mentioned the fact that Canadian music is very important at *Radio-Canada*. But the CRTC, the composers and the musicians have always said that your efforts were not enough. You know that this issue has always been raised by the music industry people. Can you tell us what percentage of your music programs should be devoted to Canadian compositions and to other productions?

Mr. J. Blais: We should be able to offer 16 to 20 hours of music production each week. Presently, we are around 16 hours. If the budgets are maintained we should reach 20 hours.

Ms McDonald: You are talking in terms of hours per week.

Mr. J. Blais: Yes. Presently, it is 10%; we should manage to reach 12% or 13% with the present budgets. When we speak of Canadian production, we mean Canadian musicians and not necessarily Canadian music.

Ms McDonald: Yes. There are the two aspects. They are both different and both should be dealt with.

Mr. J. Blais: Exactly. Therefore, when we say 16 to 20 hours, we mean Canadian musicians. As for serious music, presently, we produce about two programs per week. I doubt that we can do much more.

Ms McDonald: All right. There are Canadian compositions, and you dealt with that issue. But, in the case of Canadian records that do not cost a lot, that are not a budget problem, what percentage should be played on *Radio-Canada*?

Mr. J. Blais: Paul-Marie Lapointe will answer that question.

Mr. Paul-Marie Lapointe (Program Director, French radio network, Canadian Broadcasting Corporation): Do you mean popular music or classical music?

Ms McDonald: Both.

Mr. Lapointe: The two situations are totally different.

Ms McDonald: Yes, and the two reasons are different.

Mr. Lapointe: Yes. We told the CRTC we would reach a 40% Canadian content in popular music by the fall of 1988, whereas the CRTC required 30%. We will live up to that undertaking.

Ms McDonald: Yes. It is an increase.

[Texte]

M. Lapointe: Oui, c'est une augmentation considérable, particulièrement du côté français où le réservoir de production n'est pas très considérable.

Mme McDonald: Oui. Et pour la musique soit disant sérieuse?

M. Lapointe: Il y a le 40 p. 100 à partir de l'automne 1988, mais, d'ici cinq ans, nous espérons atteindre 50 p. 100 de contenu de musique populaire canadienne, c'est-à-dire de chansons françaises et de musique populaire.

Mme McDonald: Oui.

M. Lapointe: Du côté de la musique sérieuse, c'est-à-dire au FM, on ne procède pas par pourcentage; c'est une impossibilité. Nous offrons beaucoup de création d'œuvres de compositeurs canadiens, mais nous donnons aussi des commandes. Jusqu'à maintenant, les deux dernières années, nous avons donné dix commandes et nous promettons de donner 15 commandes au cours des cinq prochaines années, au lieu de 10.

Mme McDonald: Oui. Pour les compositions?

M. Lapointe: Pour la composition de musique sérieuse.

Mme McDonald: Oui. Mais, pour faire jouer la musique sérieuse par disque.

• 1450

M. Lapointe: Oui. Il y a une augmentation constante à la mesure de nos budgets, évidemment. Mais, la production a augmenté de façon constante chaque année. Cependant, on ne peut pas utiliser un calcul en termes de pourcentage. Nous diffusons 24 heures par jour au FM Stéréo. Il y a quatre ans nous diffusions 18 heures par jour. Le pourcentage était plus considérable que maintenant. Durant la nuit, normalement, nous diffusons des reprises des émissions du jour. Il n'y a pas de production de musique canadienne, sauf exception, par exemple, un concert d'improvisation ou je ne sais pas trop quoi. Mais la production, la nuit, est réduite à son strict minimum.

Actuellement, nous produisons chaque jour, en musique canadienne avec des groupes, des trios, des orchestres, des solistes, etc., un concert d'une demi-heure. Nous produisons aussi les grands concerts une fois par semaine. Ai-je répondu à votre question ?

Mme McDonald: Non.

M. Lapointe: Alors, voulez-vous préciser, s'il vous plaît, la nature de votre demande?

Mme McDonald: Vous n'avez pas de projet pour augmenter la production de la musique jouée par les groupes canadiens. Je ne parle pas des compositions canadiennes.

M. Lapointe: Oui. Nous avons un plan constant d'augmentation; on a augmenté constamment d'une année à l'autre. Le seul frein à l'augmentation est budgétaire. Il coûte très cher de produire des émissions de musique canadienne.

[Traduction]

Mr. Lapointe: Yes, it is a substantial increase, particularly on the French side where the production resources are not very large.

Ms McDonald: Yes. And for the so-called serious music?

Mr. Lapointe: There is the 40% by the fall of 1988, but within five years, we hope to reach the 50% figure for Canadian popular music, that is French songs and popular music.

Ms McDonald: Yes.

Mr. Lapointe: As for serious music, that is FM, we do not go by percentages; it is impossible. We play a lot of new works by Canadian composers, but we also commission new works. In the last two years, we have commissioned 10 new works and we have undertaken to commission 15 new works, instead of 10, over the next five years.

Ms McDonald: Yes. For compositions?

Mr. Lapointe: For the composition of serious music.

Ms McDonald: Yes. But, to play recorded serious music.

Mr. Lapointe: Yes. There are increases as our budgets increase, of course. However, production has risen steadily every year. Nevertheless, we cannot use a percentage calculation. We broadcast 24 hours a day on the FM stereo network. Four years ago, we were broadcasting 18 hours a day. The percentage was higher than it is now. At night, we generally rebroadcast programs that aired during the day. We usually do not produce any Canadian music, except perhaps an improvisational concert or something of the sort. We do a minimum of production work for our night time programming.

At the present time, we are producing half-hour concerts of Canadian music every day with groups, trios, orchestras, soloists and so forth. We are also producing major concerts once a week. Does this answer your question?

Ms McDonald: No.

Mr. Lapointe: In that case, would you kindly specify what it was you wanted to know?

Ms McDonald: You have no plans to increase the production of music played by Canadian groups. I am not talking about Canadian compositions.

Mr. Lapointe: Yes. We have an ongoing plan to increase our production activities. There has been a steady increase from one year to the next. The only constraint is our budget. It is very expensive to produce programs of Canadian music.

[Text]

Mme McDonald: Oui, mais il y a les achats de disques, n'est-ce pas?

M. Lapointe: Oui.

Mme McDonald: L'achat de disques canadiens ne coûte pas plus cher que l'achat de disques américains ou français.

M. Lapointe: Nous achetons tout ce qui se produit au Canada dans le domaine de la musique sérieuse et de la musique populaire.

M. J. Blais: Mais on n'a pas de statistique pour répondre exactement à votre question. Un exemple: il y a un an, au gré de la fantasia, une dame nous avait présenté de la musique écrite et enregistrée sur disque du Nord et qui venait du monde Inuit. Pour nous, c'est de la musique canadienne contemporaine; on l'a jouée. On a peut-être 10 ou 20 disques de ce genre de musique. Une fois qu'on les a joués, on a un répertoire assez limité.

En musique sérieuse faite au Canada, on a les disques et on les joue. Mais on ne peut pas vous dire si, au gré de la fantasia ou un matin de fête, on passera 5 ou 10 p. 100. On n'a pas les statistiques pour le dire.

Mme McDonald: J'aurais une autre question, monsieur le président. Je voudrais soulever une question sur la contribution des régions aux réseaux nationaux. Vous avez fait des promesses au CRTC. Je voudrais vous demander ce que vous avez fait pour inclure la production des régions dans les réseaux nationaux?

M. J. Blais: On ne peut pas vous comptabiliser actuellement les contributions des régions, mais on pourra le faire dans un an. On a établi un système pour les compter. Un exemple: hier après-midi, à *Les belles heures*, on avait une entrevue d'une dizaine de minutes sur une exposition à Windsor, en direct. Et dans la même émission, *Les belles heures*, on avait une entrevue avec un chorégraphe actuellement à Winnipeg. Sur à peu près huit sujets, hier après-midi, deux provenaient de régions canadiennes. Ce qui arrive régulièrement à toutes les semaines. Mais, on ne les comptait pas; on n'avait pas le système pour le faire. Maintenant, on commence à être mieux équipé.

En contributions proprement dites maintenant. En musique et en émission culturel parlé, il n'est pas question de réduire les contributions, au contraire. Malgré nos petites difficultés financières, on va dépenser dans les régions la même somme d'argent qu'on dépense avec des musiciens canadiens, la somme de l'AFM, exactement la même somme.

• 1455

Mme McDonald: Non, ma question a trait à la production dans une région.

M. J. Blais: C'est de cela que je parle. Un récital produit à Moncton, par exemple, est envoyé au réseau et diffusé par le réseau, mais il est produit avec des techniciens, des réalisateurs et des musiciens de Moncton. Cette émission reflète Moncton.

[Translation]

Ms McDonald: Yes, but it is possible to purchase records, is it not?

Mr. Lapointe: Yes.

Ms McDonald: It is not more expensive to buy Canadian records than to buy American or French records.

Mr. Lapointe: We buy all the serious and popular music produced in Canada.

Mr. J. Blais: However we do not have any figures to answer your question exactly. Let me give you an example. A year ago, out of the blue, a woman gave us some music, from the north, from the Inuit world, that had been written and recorded. We considered that contemporary Canadian music and we played it. We may have 10 or 20 records of this type of music. Once we have played them, we have a fairly limited repertoire.

We do have records of "serious music" recorded in Canada, and we play them. But we cannot tell you whether they represent 5% or 10% of the content on any given morning. We do not have any figures on this.

Ms McDonald: I have another question, Mr. Chairman. I would like to ask about the regional contribution to the national networks. You have made some promises to the CRTC. I would like to ask you what you have done to include regional productions in the national networks' programming?

Mr. J. Blais: We cannot give you figures on the regional contribution at the present time, but we will be able to do so in one year. We have set up a system for assessing the regional contribution. Let me give you an example. Yesterday afternoon, on the program called *Les belles heures*, there was a live interview that lasted about 10 minutes on an exhibition in Windsor. On the same program, there was an interview with a choreographer who is currently in Winnipeg. Two of the approximately eight subjects covered yesterday afternoon came from a Canadian region. This happens regularly every week. However, we had no way of calculating the regional input. We will soon be in a better position to do so.

Let me talk about contributions as such now. We are certainly not planning to reduce our contributions to musical and cultural programming. Despite our minor financial problems, we will be spending the same amount in the regions for Canadian musicians. I am referring to the AFM rate. The amount will be exactly the same.

Ms McDonald: No, I was referring to regional productions.

Mr. J. Blais: That is what I am talking about. A recital produced in Moncton, for example, is sent in and broadcast by the network, but it is produced using technicians, producers and musicians from Moncton. The program reflects the City of Moncton.

[Texte]

Mme McDonald: Nous avons tenu des audiences dans toutes les régions du Canada, et les gens, surtout ceux des petites communautés francophones, nous ont dit qu'ils voulaient participer au réseau français et y être représentés. Ils veulent aussi recevoir des émissions des autres régions du Canada, des communautés francophones des autres régions. Faites-vous cela? Il faut avoir des plans et un système d'évaluation pour voir s'il est possible d'atteindre ces buts et dans quelle mesure.

M. J. Blais: Cette année, d'après nos chiffres, on a à peu près 640 contributions des régions qui sont diffusées au réseau.

Mme McDonald: Est-ce que cela représente une augmentation? Prévoyez-vous en diffuser davantage?

M. J. Blais: C'est une augmentation. On a commencé à insérer certaines choses il y a deux ans. La première année, c'était une période de test, mais l'été dernier, grâce à un nouveau système de circuits, on a eu des contributions directes. Par exemple, à notre magazine culturel de l'après-midi, on a eu des insertions directes qui nous venaient de Toronto, pas en différé ou sur ruban, mais en direct. Cela donnait plus de dynamisme au magazine.

Le président: Merci, madame McDonald. Madame Finestone.

Mme Finestone: Monsieur Blais, j'aimerais poursuivre dans la même veine. Je voudrais parler du rôle de Radio-Canada, non seulement au Québec mais partout au Canada. Avez-vous une idée de l'étendue de la distribution de vos signaux, AM et FM, par les câblodistributeurs partout au Canada?

M. J. Blais: Malheureusement non.

Mme Finestone: À votre avis, étant donné que ce sont les contribuables qui paient le service, tous les Canadiens et Canadiennes devraient-ils avoir accès au service?

M. J. Blais: Je pense qu'ils devraient y avoir accès, mais je ne peux pas vous donner de statistiques sur l'usage qu'ils font du canal qui leur permet d'y avoir accès.

Mme Finestone: Étant donné que les câblodistributeurs ont la possibilité de distribuer vos signaux, est-ce qu'on doit les obliger à les distribuer?

M. J. Blais: M^{me} Frayne pourrait vous donner une réponse plus précise.

Mme Robillard-Frayne: Environ 10 p. 100 ou moins des francophones ont un appareil radio branché au câble. C'est très minime.

Mme Finestone: Parlez-vous du Canada ou du Québec?

Mme Robillard-Frayne: Je parle des francophones canadiens. Il est assez difficile d'obtenir des données très précises de la part des câblodistributeurs. On a essayé, mais c'était assez difficile. De toute façon, le phénomène en lui-même est encore marginal.

[Traduction]

Ms McDonald: We have held hearings in all parts of Canada, and we were told, particularly in small French-speaking communities, that people wanted to participate and be represented on the French network. They also wanted to get programs from other parts of Canada, from other French-speaking communities. Is that being done? You need plans and an evaluation system to determine if these objectives can be achieved and to what extent.

Mr. J. Blais: According to our figures for this year, there are approximately 640 contributions from the regions broadcast on the network.

Ms McDonald: Is that an increase? Do you plan to broadcast more regional programs in the future?

Mr. J. Blais: There has been an increase. We started including some programming two years ago. The first year was a trial period, but last year, because of a new circuit system, we were able to get direct contributions from the regions. For example, on our afternoon cultural affairs program, we had some live clips from Toronto, that were not pre-recorded. Clips of this type make the program more dynamic.

The Chairman: Thank you, Ms McDonald. Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: I would like to continue along the same line of questioning, Mr. Blais. I would like to talk about *Radio-Canada's* role, not only in Quebec, but throughout Canada. Do you have any idea about the extent to which your AM and FM signals are being distributed by cable companies throughout Canada?

Mr. J. Blais: Unfortunately, I do not.

Mrs. Finestone: Since Canadian taxpayers are paying for the service, do you think that all Canadians should have access to it?

Mr. J. Blais: I think they should have access to it, but I cannot give you any statistics on how much the channel in question is used.

Mrs. Finestone: Since cable companies can distribute your signals, should they be forced to do so?

Mr. J. Blais: Ms Frayne can give you a more specific answer.

Ms Robillard-Frayne: Only about 10% or less of all francophones have a radio that is hooked up to the cable service. The percentage is really very low.

Mrs. Finestone: Are you talking about Canada or Quebec?

Ms Robillard-Frayne: I am talking about Canadian francophones. It is rather difficult to get detailed data from the cable companies. We have tried, but it is quite difficult. In any case, there are still very few francophones who attach their radios to the cable.

[Text]

Mme Finestone: D'après les données, vous avez une cote d'écoute assez élevée le matin. L'émission *D'un soleil à l'autre* a une cote d'écoute BBM d'environ 6.5, ce qui est très bon. Avez-vous une idée de la cote d'écoute à l'extérieur du Québec?

• 1500

Mme Robillard-Frayne: Pour l'ensemble du réseau, la part d'auditoire chez les francophones de l'émission *D'un soleil à l'autre* était de 5 p. 100 l'automne dernier. Ce sont les dernières données pancanadiennes que nous avons.

Mme Finestone: Si j'ai bien compris, vous avez dit qu'à l'émission *Les belles heures*, l'autre jour, deux sujets sur huit venaient de l'extérieur du Québec. Vous essayez de vous assurer d'avoir un contenu qui soit le reflet de ce que nous sommes en tant que Canadiens *coast-to-coast*.

M. J. Blais: Il y a deux éléments dans votre question.

Mme Finestone: Ce n'est pas facile.

M. J. Blais: Premièrement, jadis on s'assurait d'un rayonnement *coast-to-coast*, mais on ne le comptait pas. Maintenant on a mis au point un système pour le compter, pour pouvoir vous dire exactement ce qu'il en est.

Deuxièmement, depuis le début de l'été 1987, on veut intensifier nos pressions auprès des stations régionales pour qu'elles nous offrent des sujets qui passeront à ces émissions-là. Par exemple, on a eu, au début de l'été, une série de contes qui nous venaient de Sudbury.

Mme Finestone: Très bien. Je ne veux pas avoir de précisions sur les émissions, mais plutôt sur votre philosophie quant au contenu. Peut-on dire que vous percevez que vous avez pour mission de répartir votre voix partout au Canada, et non seulement à Montréal et à Québec? Du côté anglais, on se plaint du fait que CBC est le reflet de Toronto. Vous, vous êtes le reflet de Montréal et ensuite du reste.

M. J. Blais: C'est cela. Vous pouvez résumer notre pensée de cette façon. C'est un idéal qu'il ne faut pas abandonner et qu'il faut travailler à atteindre.

Mme Finestone: Pouvez-vous me dire jusqu'à quel point vous partagez vos journalistes et votre service de télécommunication avec CBC? Aussi, est-ce que vous utilisez d'une façon efficace ceux qui sont embauchés du côté de la télévision et ceux qui sont embauchés du côté de la radio? Est-ce que vous comblez certains besoins des deux réseaux avec une seule personne?

M. J. Blais: Je vais demander à M. Lapointe de vous répondre. Je vous rappelle qu'il a fait 25 ans de journalisme avant d'être directeur des programmes.

M. Lapointe: C'est une question assez complexe. Il y a des cas où cela se produit. Par exemple, il y a des correspondants qui travaillent à la fois au réseau anglais de télévision et au réseau français de télévision. En ce qui concerne les contributions d'un média à l'autre, de la télévision à la radio, cela existe aussi, mais c'est assez

[Translation]

Mrs. Finestone: Your data show that you have quite a high rating in the morning. The program *D'un soleil à l'autre* has a BBM rating of approximately 6.5, which is very good. Do you have any idea of the rating outside Quebec?

Ms Robillard-Frayne: For the network as a whole, the francophone audience share for the program *D'un soleil à l'autre* was 5% last fall. Those are the most recent data we have for the whole country.

Mrs. Finestone: If I understood you correctly, you said that on the program *Les belles heures* the other day, two out of eight topics came from outside Quebec. I guess you try to ensure that your broadcasting content reflects the lives of Canadians from coast-to-coast.

Mr. J. Blais: There are two aspects to your question.

Mrs. Finestone: It is not an easy one to answer.

Mr. J. Blais: First of all, in times past, we did provide coast-to-coast broadcast coverage, but we did not measure it. Now we have developed a system to measure our audience, so that we can tell you exactly what the situation is.

Secondly, since the early summer of 1987, we have been putting increasing pressure on regional stations to provide us with content that could be used on those programs. For instance, at the beginning of the summer, we had a series of stories from Sudbury.

Mrs. Finestone: Fine. I do not really want any detail on programming, but rather, your philosophy with respect to content. Would it be fair to say that you feel it is your mission to make your voice heard throughout Canada, and not only in Montreal and Quebec City? As far as the English-language network is concerned, people often complain that the CBC reflects Toronto alone. But you reflect Montreal, and all the rest as well.

Mr. J. Blais: Yes, that is correct. I think that would be a fair statement. It is an ideal that we must never lose sight of and that we must continue to strive to attain.

Mrs. Finestone: Can you tell me to what degree you share both journalists and telecommunication services with the CBC English-language network? Also, do you make effective use of journalists working in television and those working in radio? Are you able to meet the needs of both networks using only one person, for instance?

Mr. J. Blais: I would like to ask Mr. Lapointe to answer that question. I should just remind you that he was a journalist for 25 years before becoming our program director.

Mr. Lapointe: Well, it is a fairly complex question. There are cases where that does happen. For instance, there are correspondents who work for both the English-language and French-language television networks. With respect to one media contributing to another, say, television to radio, that also occurs, but it is fairly difficult

[Texte]

difficile parce que la production de télévision est tout à fait différente de la production pour la radio.

Mme Finestone: J'essaie de trouver une façon efficace pour que les deux réseaux, français et anglais, puissent, en ces temps de compressions budgétaires, réduire leurs dépenses en utilisant les talents de quelqu'un de capable, comme un

Joe Schlesinger, Canada style—English and French radio and television, or Peking.

Est-ce possible et est-ce que l'organigramme de CBC—Radio-Canada permet ce genre de chose?

M. Lapointe: Je ne suis pas en information, actuellement. Il y a des gens qui s'occupent strictement d'information. Je sais cependant que c'est une préoccupation des responsables de l'information, à la fois au réseau anglais et au réseau français, que de rendre leurs journalistes le plus efficaces possible.

Mme Finestone: Et pas seulement dans le secteur de la télévision, mais aussi dans le secteur de la radio.

M. Lapointe: Oui. C'est une préoccupation des gens d'information et il faudrait les interroger à ce sujet.

Mme Finestone: Il n'y a pas de contraintes syndicales dans tout cela?

M. Lapointe: De façon générale, je ne crois pas.

Mme Finestone: Vous dites que les régions doivent avoir plus de place sur la scène nationale. Vous dites, à la page 6, que vous jouez un rôle d'identification et de regroupement absolument capital pour les populations françaises dispersées. Croyez-vous maintenant être en mesure d'améliorer cette situation pour que tout le Canada soit reflété sur vos ondes?

• 1505

M. J. Blais: Je pense que oui.

Mme Finestone: Peut-être dois-je poser ma question plus précisément. Le contenu est fonction des sous. Quel pourcentage de votre budget, au réseau français de radio, est consacré aux opérations régionales?

M. J. Blais: Les dépenses pour des animateurs, des interviewés, des musiciens, des comédiens représentent 20 p. 100 de notre budget.

Mme Finestone: Est-ce une bonne répartition, selon vous?

M. J. Blais: Je pense que oui. Remarquez cependant que c'est dangereux, les chiffres. On peut prendre n'importe qui avec des chiffres.

Mme Finestone: Oui, je sais.

M. J. Blais: Cela ne comprend pas, par exemple, les dépenses que doivent faire les stations régionales pour servir leur région. Là vous parlez de refléter les régions au réseau. Cela représente à peu près 20 p. 100 de notre budget.

[Traduction]

to arrange because television production is completely different from radio production.

Mrs. Finestone: I am trying to find an effective means, in these times of budget cuts, of allowing the French-language and English-language networks to reduce their expenses by using the talents of someone very competent, like—

Joe Schlesinger, par exemple, avec un style canadien, qu'il s'agisse de la radio ou de la télévision de langue anglaise ou de langue française, et que ce soit à Pékin ou ailleurs.

Is such a thing possible and does the CBC/Radio Canada organization chart allow for this sort of thing?

Mr. Lapointe: I am not working in news right now. There are people who deal strictly with news. However, I do know that it is a concern of news directors, both on the French and English-language networks, and that both would like to use their journalists as effectively as possible.

Mrs. Finestone: And not only in television; in radio as well.

Mr. Lapointe: Yes. It is a concern of news directors, and this should be discussed with them.

Mrs. Finestone: There are no union constraints to that sort of thing?

Mr. Lapointe: Generally speaking, I would say no.

Mrs. Finestone: You say that the regions should play a more important role on the national scene. On page 6, you say that you play a role of identification and regrouping that is absolutely capital to the dispersed francophone communities. Do you believe that now you are in a position to improve the situation so that all of Canada is reflected in the programs?

Mr. J. Blais: I think so.

Mrs. Finestone: Maybe I should put my question more directly. Contents are proportional to the availability of funds. What percentage of your budget, on the French radio network, is allocated to regional operations?

Mr. J. Blais: The expenditures for moderators, interviewers, musicians and artists represent 20% of our budget.

Mrs. Finestone: According to you, is it a good distribution?

Mr. J. Blais: I think so. Mind you, figures can be deceiving. You can use them either way.

Mrs. Finestone: Yes, I know.

Mr. J. Blais: They do include, for instance, the expenditures of the regional stations to serve their own region. You are talking of the reflection of the regions on the network. It represents about 20% of our budget.

[Text]

Mrs. Finestone: In English we call it "storefront operations", or "stringer service".

Est-ce que vous avez utilisé ce service dans les petits centres très éloignés?

M. J. Blais: Non, madame, parce qu'on n'a pas encore ces moyens-là. Il faut être riche pour réduire ses dépenses. Les Weight Watchers, ce sont des gens qui ont déjà été gros. Ils peuvent entrer chez les Weight Watchers.

Mme Finestone: On va regarder cela de très près, n'est-ce pas?

M. J. Blais: Non, non. Actuellement, nos 14 stations régionales sont très, très minimes et, pour le moment, il n'est pas pensable d'envisager d'en faire plus. On a cependant des projets. On a des projets pour Sherbrooke, dans les Maritimes, ainsi que pour Trois-Rivières et Rouyn.

Mme Finestone: Le Groupe de travail Sauvageau-Caplan a fait une suggestion, à savoir que vous devriez faire de la *syndication* dans le cas de vos émissions importantes. Vous devriez faire un peu d'émissions réseau et les vendre aux stations privées. Est-ce que vous avez étudié cette recommandation et, si oui, quelle est votre opinion à ce sujet?

M. J. Blais: On n'a pas étudié la question de la vente aux stations privées. On fait un type de programmation qui, selon moi, ne coïncide pas toujours avec les objectifs d'une radio privée.

Pour ce qui est de la *syndication* pas rapport aux stations régionales, au moment où ce rapport a été écrit, c'était peut-être vrai, mais on fait beaucoup plus de *syndication* qu'on en faisait, et on va en faire encore plus.

Maintenant, on est toujours liés par un phénomène: il faut que quelqu'un reçoive les émissions en vrac et les remette dans un certain ordre à la station. Cela exige du personnel. On n'a pas toujours le personnel nécessaire.

Le président: Merci, madame Finestone.

Mr. Caldwell: Mr. Blais, from the way you directed yourself to the microphone when you first sat down, I cannot help but think that somewhere along the line you have had to spend some time behind a microphone. Am I correct? You were never on air?

M. J. Blais: Ah, non! Mes débuts ont été beaucoup plus modestes. J'ai commencé à travailler dans des mouvements d'éducation populaire. Ensuite, je suis entré à Radio-Canada comme chercheur et, tranquillement, on a reconnu mon talent. C'est comme dans la nature. La nature déteste le vide. Quand il y avait un poste d'ouvert et que j'étais le plus proche, j'étais happé par le vide.

Mr. Caldwell: Well, I am sure you were very good at it.

M. J. Blais: Peut-être.

Mr. Caldwell: That is the basis of my question. I am sure you have spent quite a bit of time at the CBC or Radio-Canada.

[Translation]

Mme Finestone: En anglais on les appelle les «opérations locales» ou les «services de correspondants».

Have you used that service in very remote smaller centres?

Mr. J. Blais: No, madam, because we do not have yet those means. You have to be rich to reduce your expenses. Weight Watchers are people who used to be fat. They can go to Weight Watchers.

Mrs. Finestone: We will look at that very closely, no?

Mr. J. Blais: No, no. Presently, the contribution of our 14 regional stations is minimal and for the time being there is no way that we can do more. However, we do have some projects on line. We have some for Sherbrooke, the Maritimes as well as for Trois-Rivières and Rouyn.

Mrs. Finestone: The Sauvageau-Caplan task force made a suggestion to the effect that you should syndicate your major programs. You should produce some network programs and sell them to the private stations. Have you considered that recommendation and if so, what do you think about it?

Mr. J. Blais: We have not considered the issue of sales to private stations. I personally think that our kind of programming does not always coincide with the objectives of private radio.

As for syndication in the case of regional stations, when the report was written, maybe it was true, but we have now many more syndicated programs than before and we will have even more in future.

Now, we are always dependent on a phenomenon: somebody has to receive the programs in bulk and put them in a certain order for the station. You need staff for that but we do not always have the necessary personnel.

The Chairman: Thank you, Mrs. Finestone.

M. Caldwell: Monsieur Blais, d'après votre comportement au micro lorsque vous vous êtes assis, je n'ai pu m'empêcher de penser que vous aviez dû à un moment ou à un autre passer un certain temps derrière un micro. Je me trompe? Vous n'avez jamais travaillé derrière un micro?

Mr. J. Blais: Oh, no! I got my start at a much more modest level. I started with adult education movements. Then, I joined *Radio-Canada* as a researcher and my talent was recognized in due course. It is the same as in nature. Nature hates a void. When a position opened up and I happened to be the nearest to it I was sucked in.

M. Caldwell: Je suis sûr que vous étiez très bon.

Mr. J. Blais: Maybe.

M. Caldwell: C'est la base de ma question. Je suis sûr que vous avez passé un bon bout de temps à Radio-Canada ou à la CBC.

[Texte]

M. J. Blais: Je suis arrivé en 1960, il y a 27 ans.

• 1510

Mr. Caldwell: Mrs. Finestone mentioned that your morning show has a 6.5% share, which is the highest in your day, which is very good in this particular market. I think we admit that. I am sure other stations may be higher, but going back in your 27 years, was Radio-Canada ever higher than that, with a bigger share? Did you once have more listeners, or has it always been about that share?

M. J. Blais: Quand j'ai commencé à Radio-Canada, il y avait beaucoup moins de stations de radio qu'aujourd'hui. Par exemple, dans un marché comme Montréal, il y avait beaucoup moins de stations de Radio-Canada. En 1960, il n'y avait pas de station française de Radio-Canada à Ottawa. À plusieurs endroits, on avait des affiliés. Par exemple, dans l'Ouest, Edmonton, Saskatoon, Gravelbourg et Winnipeg étaient des stations privées affiliées. On n'avait rien à Toronto. Il est évident que le nombre de personnes qui nous écoutent est plus élevé qu'il était il y a sept ou huit ou dix ans. Nos affiliés nous apportaient des auditeurs qu'on a perdus mais, par ailleurs, notre développement nous a apporté des auditeurs qu'on ne touchait pas. On a fait un progrès net.

Mr. Caldwell: Under the organization, to whom do you answer? Who is your boss?

M. J. Blais: Bill Armstrong, le vice-président exécutif.

Mr. Caldwell: So you answer to Bill Armstrong, who is located in Toronto?

M. J. Blais: Non, M. Armstrong est à Ottawa. Le vice-président exécutif est le bras droit du président et ils sont tous les deux à Ottawa.

Mr. Caldwell: A few days ago Mr. Juneau announced, when he was appearing before the licence renewals for the English side, that he was going to try to go after Parliament for more money for radio. He did not mention television; he just said radio.

Are you suggesting that you hope that is French radio as well as English radio? Why would he say "just for radio"?

M. J. Blais: Non, non. Quand il a parlé d'argent, il a parlé d'argent pour la Société. Il disait qu'il était nécessaire d'avoir plus d'argent pour la radio française et anglaise. Je dois vous dire qu'il a fait cela spontanément. On n'a pas eu besoin de faire des pressions ou des grèves pour qu'il soit conscient de l'importance de la radio. C'est normal. La radio, en français ou en anglais, est un peu en retrait depuis l'arrivée de la télévision.

Deuxièmement, les budgets sont nettement en retrait. Vous savez que vous pouvez faire une émission de radio avec une personne, un technicien et un bon réalisateur. Vous ne pouvez pas faire une émission de télévision avec

[Traduction]

Mr. J. Blais: I joined the corporation in 1960, 27 years ago.

M. Caldwell: M^{me} Finestone a dit que l'indice de votre émission matinale était de 6,5 p. 100, votre plus fort indice de la journée et un très bon indice pour ce marché particulier. Nous le reconnaissons. Je suis certain que l'indice d'autres stations est peut-être plus élevé, mais pour revenir à vos 27 ans d'expérience, est-ce que l'indice de Radio-Canada a jamais été plus élevé que cela, a-t-elle jamais eu une part plus importante du marché? Vous est-il arrivé d'avoir plus d'auditeurs ou cette part a-t-elle toujours été la même?

Mr. J. Blais: When I joined *Radio-Canada*, there were many less radio stations than today. For instance, in a market like Montreal, there were many less *Radio-Canada* stations. In 1960, there was no French CBC station in Ottawa. In several places, we had affiliates. For instance, in the west, Edmonton, Saskatoon, Gravelbourg and Winnipeg were private station affiliates. We had nothing in Toronto. It is obvious that the number of our listeners is higher than it was seven, eight or 10 years ago. Our affiliates were bringing in listeners that we have lost but, on the other hand, our development brought in listeners that we did not have before. We have certainly made real progress.

M. Caldwell: Dans l'organisation, de qui relevez-vous? Qui est votre patron?

Mr. J. Blais: Bill Armstrong, the executive vice-president.

M. Caldwell: Vous relevez donc de Bill Armstrong qui se trouve à Toronto?

Mr. J. Blais: No, Mr. Armstrong is in Ottawa. The executive vice-president is the right arm man of the president and both are in Ottawa.

M. Caldwell: Il y a quelques jours M. Juneau a annoncé lors de sa comparution pour le renouvellement des permis du réseau anglais qu'il essaierait d'obtenir plus d'argent pour la radio du Parlement. Il n'a pas parlé de la télévision, il a simplement parlé de la radio.

Nous dites-vous espérer que c'est tout autant pour la radio française que pour la radio anglaise? Pourquoi a-t-il dit «simplement pour la radio»?

Mr. J. Blais: No, no. When he spoke of money, he spoke of money for the corporation. He said that we had to have more money for French and English radio. I must tell you that he said it spontaneously. We did not have to put any pressure on or go on strike to make him aware of the importance of radio. That is normal. Radio, French or English, has taken a bit of the back seat since the advent of television.

Secondly, budgets are clearly down. You know that you can do a radio program with one person, one technician and one good producer. You cannot do a television program with less than 14 or 15 people. You need a guy

[Text]

moins de 14 ou 15 personnes. Il faut un gars pour l'éclairage, un autre pour la caméra, un autre pour le son, etc. Donc, les budgets sont différents.

Troisièmement, la Société a été happée par les demandes de développement de ce côté-là. On a été un peu en retrait et M. Juneau, dans son plan triennal, avec l'accord du conseil d'administration, veut sensibiliser le Parlement, et évidemment le gouvernement, aux carences budgétaires afin qu'on puisse avoir des budgets plus équilibrés.

Mr. Caldwell: You say that since television has come you have lost some of your revenue to television, but I suggest to you that probably radio has been doing a better job in the last 10 to 15 years than they were before.

M. J. Blais: Je suis certain de cela.

Mr. Caldwell: Right?

M. J. Blais: Ah, c'est certain!

Mr. Caldwell: So you are doing a better job with less money?

M. J. Blais: Ah oui! Peut-être pas avec moins d'argent, mais on a fait un très bon travail. Il y a cependant des choses que nous ne pouvons pas faire depuis un dizaine d'années. Par exemple, le développement du disque au Canada nécessite de l'argent. On n'a pas eu tous les moyens qu'on voulait avoir. On veut développer des écrivains et des comédiens. Il faut faire du théâtre expérimental et donner leur chance aux jeunes. Nous avons été obligés de nous restreindre de ce côté-là d'une façon sérieuse. Cela n'attire pas de grosses cotes d'écoute, mais il faut le faire.

• 1515

Par exemple, on a fait des documentaires il y a quelques années, un peu en rognant sur tous les budgets. Par exemple, on a fait une série sur tous les parcs nationaux à la radio. Cela se voyait mieux qu'à la télé. C'était intéressant, car les gars savaient raconter l'histoire.

Il y a des choses qu'on a perdues depuis quelques années. On ne donne plus la chance à des conteurs de conter des histoires. On a perdu cela un peu.

On a fait un meilleur travail, mais si on avait eu un petit peu plus de moyens, on aurait fait mieux. Aujourd'hui, on a atteint un niveau de maturité qui nous permettrait de faire de nouvelles expériences, de progresser.

Mr. Caldwell: How much is a little more?

M. J. Blais: Je vous disais tout à l'heure qu'on avait diffusé, l'été dernier, des contes de Sudbury. C'est une partie de la culture canadienne-française. Je pense qu'une partie de la culture canadienne est une culture orale, comme dans toutes les cultures. Il y des choses qu'on a faites et qu'il faudrait continuer à faire. Il y a de nouvelles choses qu'on devrait faire. Il y a quelques années, on avait enregistré des poètes. Maintenant, il faudrait enregistrer des conteurs. Il faudrait continuer d'enregistrer les

[Translation]

for lights, another for the camera, another for sound, et cetera. So, the budgets are different.

Thirdly, the corporation has felt the pull of development demands on that side. We have been put on the back burner and Mr. Juneau, in his three year plan, with the approval of the board, wants to make Parliament, and, obviously, the government aware of our budget deficiencies so that we can have more balanced budgets.

M. Caldwell: Vous dites que depuis l'arrivée de la télévision, vous avez perdu certaines de vos recettes à son profit, mais permettez-moi de vous dire qu'à mon avis la radio se porte probablement beaucoup mieux depuis 10 ou 15 ans qu'auparavant.

Mr. J. Blais: That is for sure.

M. Caldwell: Oui?

Mr. J. Blais: That is for sure!

M. Caldwell: Vous faites donc mieux avec moins d'argent?

Mr. J. Blais: Oh, yes! Maybe not with less money, but we are doing a very good job. However, there are some things that we have not been able to do for the last 10 years. For instance, promoting the record industry in Canada takes money. We have not had all the means that we wanted for that. We want to develop writers and artists. We have to go into experimental theatre and give youth a chance. We had to apply very serious restraint on that score. The ratings are not great but we have to do it.

For instance, a few years back, with bits of several budgets, we went into documentaries. For instance, we produced a radio series on all the national parks. It was more telling than on TV. It was interesting because the people knew how to tell their stories.

There are some things that we lost in the last few years. We cannot anymore put story-tellers on the air. It is a loss.

We are doing a better job, but if we had had a little more money, we could have done even better. Today, we have reached a level of maturity that could enable us to experiment and progress.

M. Caldwell: Qu'entendez-vous par un petit peu plus?

Mr. J. Blais: Earlier, I told you that we broadcasted, last summer, some Sudbury tales. It is part of the French Canadian culture. I think that part of our Canadian culture is oral just as in any other culture. There are things we did and that we should keep on doing. There are new things that we should do. Some years ago, we recorded poets. Now, we should record story-tellers. We should keep on recording our new poets. For each region of the country, we should make a list of those who know

[Texte]

nouveaux poètes. Il faudrait inventorier, dans chaque région du pays, ceux qui connaissent les légendes du coin. Ce sont les racines de notre milieu, une partie de nos racines.

Mr. Caldwell: I am just wondering, Mr. Blais, whether it is the job of the CBC or Radio-Canada to be doing those kinds of things. Is that your job, do you think?

M. J. Blais: Ce n'est peut-être pas notre travail que de le faire, mais c'est notre travail que de diffuser ces choses et de les faire connaître aux Canadiens. C'est à nous d'aller les chercher parce que personne d'autre ne va le faire. Il ne s'agit pas d'aller les chercher sur un plan scientifique, comme un anthropologue ou un archéologue, mais de faire une belle émission pour donner aux gens le goût de leur pays. Cela, c'est notre travail, à mon avis.

Mr. Caldwell: You said you did a program on the national parks of Canada. I hope you did Point Pelee National Park, which is in my riding.

I also want to thank you very much. I do not know who was responsible, but I did a service back to the CBC Windsor yesterday out of your CBC—Radio-Canada building, and I appreciated very much the assistance I received. I also owe somebody a coffee there.

M. J. Blais: C'était une très bonne émission.

The Chairman: I want to advise my colleagues that I know there are a great many more questions to be posed. Since we have a couple of minutes available to us, I am going to suggest those questions be read into the record and we invite our witnesses to respond in writing to them.

M. J. Blais: Si vous voulez.

The Chairman: I think Ms McDonald has some to begin.

Mme McDonald: Je veux poser quatre autres questions.

D'abord, en ce qui concerne la musique vocale en français, le CRTC vous impose un quota de 65 p. 100. Est-ce que votre pourcentage est supérieur à cela?

Deuxièmement, le Groupe de travail Sauvageau-Caplan prévoit qu'il en coûterait 3 millions de dollars pour étendre le service FM à toutes les communautés de 40,000 habitants ou plus.

• 1520

Est-ce une prévision raisonnable, à votre avis, ou quel montant prévoyez-vous? Et lorsqu'on aura dépensé ces capitaux, combien chaque année coûtera-t-elle pour maintenir cela?

Troisième question: Est-ce que vous avez toujours les stations privées affiliées et quelles relations avez-vous avec ces stations? Est-ce que vous avez des plans pour terminer ces affiliations et quels avantages gagnerait la Société

[Traduction]

the legends of their area. That's what makes up the roots of our identity, or part of our roots, anyway.

M. Caldwell: Je me demande simplement, monsieur Blais, si c'est à Radio-Canada ou à CBC de faire ce genre de chose. Pensez-vous que c'est votre travail?

Mr. J. Blais: Maybe it is not our job *per se*, but our job is to broadcast those things and to make them known to Canadians. It is our job to seek them out because nobody else will do it. I do not mean to seek them out scientifically, like an anthropologist or an archeologist would do, but rather produce a good program giving our listeners a good feel of our country. I do think that it is our job.

M. Caldwell: Vous avez dit avoir réalisé une série sur les Parcs nationaux du Canada. J'espère que vous avez consacré une émission aux Parc national Point Pelee qui se trouve dans ma circonscription.

Je tiens également à vous remercier infiniment. Je ne sais qui était responsable, mais j'ai participé hier à une émission de la station de Radio-Canada à Windsor à partir de votre immeuble de Radio-Canada et j'ai fort apprécié l'aide que j'ai reçue. Je dois également un café à quelqu'un là-bas.

Mr. J. Blais: It was a very good program.

Le président: Chers collègues, je sais qu'il y a encore beaucoup d'autres questions à poser. Étant donné qu'il ne nous reste qu'une ou deux minutes, je vous suggérerais de les poser et d'inviter nos témoins à y répondre par écrit.

Mr. J. Blais: If that is your wish.

Le président: Je crois que M^{lle} McDonald en a quelques-unes pour commencer.

Ms McDonald: I want to ask four more questions.

First, as far as French vocal music is concerned, the CRTC has set a quota of 65% for you. Is your percentage higher than that?

Second, according to the Caplan-Sauvageau task force extending FM service to all communities of 40,000 or over would cost \$3 million.

Is that a reasonable figure or what do you think it should be? And when those monies have been spent how much will it cost a year to maintain it?

Third, do you still have private station affiliates and what is your relationship with these stations? Do you have plans to terminate those affiliations and what would be the advantage of such a move for the CBC? What would it

[Text]

Radio-Canada avec un tel changement? Quels seraient les coûts pour remplacer ces affiliations avec un service complet de Radio-Canada?

Quatrième: À travers le Canada, dans toutes les régions où nous avons eu des mémoires, les gens ont posé le problème d'une orientation québécoise des émissions qu'ils reçoivent dans leurs régions, surtout dans l'ouest du Canada, mais aussi dans l'est du Canada. D'après vous, cette critique est-elle raisonnable, et est-ce que vous avez proposé des services locaux?

Le président: Ces questions vont vous être posées par écrit, par le biais du greffier du Comité.

Mr. Gormley: My questions follow along the line of Ms McDonald's final one. In your brief to the task force you state "The regions must move more fully onto the national stage". I am wondering what is being done to promote more regional programming. Compare the 1983-84 budget of French radio and the regional operations and today's budget. What are the budget percentages? My selfish interests will now intervene to say, what percentage of Saskatchewan programming originates with *les fransaskois*? Many Saskatchewan people have the view, as the regions do, about a network decision. Where is it made? How is it made? Which individuals in the corporation make that decision?

There has been some discussion about having regional planning sessions, where the Director General of Saskatchewan or the Prairie region would sit in and be a part of that actual decision-making process. I would like to have both the statistics and your own views on what is being done to promote French regional programming.

The Chairman: I have one of my own, if I may, Mr. Blais.

Monsieur Blais, concernant la voix française de l'Alberta, CHFA,

and that has to do with what I perceive sometimes to be the hybrid nature of its revenue sourcing. It carries your network theme and it also seems to still have advertising on it. Is that peculiar to CHFA or does it exist in Gravelbourg and Saskatoon? Maybe you could be precise on that in your response to us.

Mrs. Finestone, did you have any questions for the record?

Mrs. Finestone: No, I am finished, but Mr. Blais, vous avez bien répondu à mes questions en particulier, et deuxièmement, mes collègues ont présenté la balance de toutes nos questions. Je vous remercie pour votre ouverture d'esprit.

Le président: Madame et messieurs, merci de votre témoignage.

[Translation]

cost to substitute full Radio-Canada services for those affiliates?

Fourth, all across Canada, in all the regions where we got submissions, witnesses raised a concern about the Quebec bias of the programs that they received in their regions, particularly in western Canada but in eastern Canada also. In your opinion, is it a fair concern and have you offered to provide local services?

The Chairman: Those questions will be sent to you in writing through the clerk of the committee.

M. Gormley: Mes questions feront suite à la dernière de M^{lle} McDonald. Dans votre mémoire au groupe de travail, vous dites «il faut que les régions soient beaucoup plus présentes sur la scène nationale». Je me demande ce que vous comptez faire pour accroître cette programmation régionale. Comparez le budget de la radio française et des opérations régionales de 1983-1984 avec celui d'aujourd'hui. Quels sont les pourcentages budgétaires? Mes petits intérêts égoïstes m'incitent à poser également les questions suivantes: quel pourcentage de la série «les fransaskois» est produit en Saskatchewan? Comme pour dans les autres régions, beaucoup de Saskois, ont leur petite idée sur les décisions du réseau. Où sont-elles prises? Comment sont-elles prises? Qui sont les responsables de la Société qui les prennent?

Il a été question de séances de planification régionales où le directeur général de la Saskatchewan ou de la région des Prairies participerait au processus de prise de décision. J'aimerais avoir ces chiffres et votre propre opinion sur ce qui se fait pour promouvoir la programmation française régionale.

Le président: J'ai moi-même une question à vous poser, monsieur Blais, si vous le permettez.

Mr. Blais, as far as the French voice in Alberta is concerned, CHFA,

et il s'agit de ce que je perçois parfois comme étant la nature hybride de la source de ces revenus. On y entend le thème de votre réseau ainsi que des messages publicitaires, semble-t-il. Est-ce particulier à CHFA ou est-ce la même chose à Gravelbourg et Saskatoon? Vous pourriez peut-être le préciser dans les réponses que vous nous enverrez.

Madame Finestone, aviez-vous quelques questions à ajouter?

Mme Finestone: Non, j'ai fini, mais monsieur Blais, you answered all my questions in particular, and secondly, my colleagues have put the balance of all our questions. I thank you for your open-mindedness.

The Chairman: Ladies and gentlemen, I thank you for your testimony.

[Texte]

M. J. Blais: Merci beaucoup, merci.

Le président: La séance est suspendue pour quelques minutes.

• 1524

• 1535

Le président: À l'ordre!

Il me fait grand plaisir d'accueillir M. André Chagnon, président et chef de direction du groupe Vidéotron Limitée. M. Chagnon est accompagné pour sa troisième visite devant notre Comité par M. Gilles Desjardins, vice-président des Affaires corporatives. Monsieur Chagnon, nous vous invitons de nous donner une brève allocution après laquelle nous poserons nos questions.

M. André Chagnon (président et chef de direction, Le Groupe Vidéotron Ltée): Je vous remercie bien, monsieur le président, madame, messieurs. Merci pour l'invitation de nous présenter devant vous et émettre notre opinion, pas tellement sur le passé, mais sur notre vision de l'avenir et du système de radiodiffusion canadienne.

Nous allons être brefs dans notre présentation afin d'avoir le maximum de temps nécessaire pour répondre à vos questions.

D'ailleurs, les associations dont nous sommes membres et auxquelles nous participons très activement vous ont déjà fait part des positions et commentaires de l'industrie sur les divers sujets qui nous intéressent. Ces associations sont l'Association canadienne des radiodiffuseurs, l'Association canadienne de la télévision par câble, l'Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française, l'Association des programmeurs de la télédistribution du Québec, et finalement, l'Association des câblodistributeurs du Québec. C'est un peu la raison pour laquelle vous avez rencontré Gilles Desjardins sur la plupart de ces groupes de travail.

Le cadre réglementaire actuel a été suffisamment souple pour permettre l'innovation tant au plan technologique qu'au plan des contenus et nous souhaitons qu'il soit maintenu.

Considérons, monsieur le président, que devant nous, notre industrie a d'immenses défis à relever pour de nombreux programmes qui vont être offerts à notre clientèle, et toute la souplesse nous sera nécessaire pour mettre en place les nouveaux services.

Nous nous limiterons à ce moment-ci à vous dire brièvement ce qui anime l'approche ou la philosophie du groupe Vidéotron, et ce qui a été peut-être le moteur du développement de notre entreprise, entreprise qui oeuvre aujourd'hui à la fois comme radiodiffuseur et câblodistributeur, surtout au Québec, mais également ailleurs au Canada et sur le plan international.

Vidéotron a toujours, et cela depuis les débuts de l'entreprise qui furent modestes, il y a plus de 20 ans, considéré la recherche et le développement comme étant sa marque de commerce. Si l'on veut, nous croyons que

[Traduction]

Mr. J. Blais: Thank you very much.

The Chairman: We will take a few minutes' break.

The Chairman: Order, please!

I am very pleased to welcome Mr. André Chagnon, chairman and executive director of the group *Vidéotron Limitée*. Mr. Chagnon is accompanied for his third visit before our committee by Mr. Gilles Desjardins, vice-chairman of corporate affairs. Mr. Chagnon, we invite you now to make a brief statement, after which we will ask you some questions.

Mr. André Chagnon (Chairman and Executive Director, Le Groupe Vidéotron Ltée): Thank you very much, Mr. Chairman, ladies and gentlemen. First of all, allow me to thank you for inviting us to appear before you and present our view, not only of the past, but also of the future and also of Canadian broadcasting.

We will make a very brief presentation, in order to have as much time as possible for answering your questions.

Furthermore, the associations of which we are both a member and a very active participant have already presented the position and comments of the industry on various issues that concern us. Those associations are the Canadian Association of Broadcasters, The Canadian Cable Television Association, the *Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française*, the *Association des programmeurs de la télédistribution du Québec*, and finally, the *Association des câblodistributeurs du Québec*. That is part of the reason why you saw Gilles Desjardins on many of those task forces.

The current regulatory framework has been sufficiently flexible to allow innovation, both in terms of new technology and content, and we hope that it will be maintained.

We urge you to consider, Mr. Chairman, that our industry faces formidable challenges with respect to providing many new programs to our customers, and we will require as much flexibility as possible to put these new services in place.

For now, we will restrict ourselves to describing briefly what underlies the approach or philosophy of the Vidéotron Group and what has perhaps been the engine of development of our company—a company working today both as a broadcaster and cable operator, primarily in Quebec, but also in other regions of Canada and other jurisdictions.

Vidéotron has always—and this goes back to its very modest beginnings, more than 20 years ago—considered research and development to be its trademark. I suppose one could say that we believe that research and

[Text]

c'est la recherche et le développement qui ont permis à Vidéotron de progresser.

• 1540

De plus, Vidéotron a toujours cru que la recherche et le développement devraient être appliqués non seulement au plan de la technologie, mais également relativement aux contenus, et ce dans une perspective qui vise à assurer à la clientèle les meilleurs services les plus diversifiés.

Brièvement, j'aimerais vous présenter nos réalisations afin de mesurer et de bien projeter notre vision de l'avenir de notre industrie.

En 1965, déjà, Vidéotron établit le premier lien bi-directionnel au monde afin de relier son studio de télévision de Montréal-Nord à sa tête de réseau à Laval. En 1969, Vidéotron achète le réseau de Beloeil, l'agrandit, le modernise et procède à une expérience de télévision «à demande» sous le nom de Selecto TV, par lequel les abonnés choisissent leurs émissions à même une vidéothèque de plus de 5,000 titres.

En 1974, Vidéotron obtient la licence d'exploitation du territoire de St-Jérôme et construit dans cette municipalité le premier réseau bi-directionnel au monde. La ville devient un grand studio. Il nous était possible de produire de tous les endroits de la communauté, incluant chaque résidence.

En 1975, l'entreprise construit sur la rive-sud de Montréal l'un des réseaux de télédistribution les plus modernes au monde. Ce réseau est bi-directionnel et sa capacité atteint 35 canaux dont 7 sont réservés à la télévision «à demande». À ce moment, Vidéotron procède à l'implantation massive du câblosélecteur.

En 1980, c'est l'acquisition de Câblevision Nationale, la plus importante entreprise de télédistribution au Québec et couvrant les territoires de Montréal, Québec, Sherbrooke, Victoriaville et Cap-De-La-Madeleine. Et ce fut la modernisation de ces réseaux avec extension du service à 35 canaux, et la mise en place de interventions à Montréal et à Québec, qui sont des réseaux étoilés de micro-ondes à très grande capacité qui ont permis à Vidéotron, déjà il y a sept ans, de distribuer à ses abonnés des services spécialisés de sports, d'éducation, de programmation pour enfants, etc. La mise en place de ces services a permis de mieux servir le public, d'augmenter le nombre de services en langue française et d'augmenter la pénétration du câble.

En 1981, nous avons procédé à l'intégration du procédé Télidon aux services de la télédistribution et en 1983 à l'implantation d'un réseau de communications via satellite pour transmettre les pages Télidon.

Depuis 1982, nous poursuivons un programme de recherche très complexe visant à développer et implanter un système d'information à domicile, Videoway.

Ce dont nous sommes fiers, c'est que le groupe Vidéotron a toujours été et continue d'être un pionnier et un novateur au service de son public et du système de radiodiffusion canadien. Nous avons recherché et

[Translation]

development have made it possible for Vidéotron to progress.

Furthermore, Vidéotron has always believe that research and development should be applied not only to technology, but to content as well, in order to provide customers with the best and most diversified services possible.

Very briefly, I would like to just indicate our achievements in order to give you a clear indication of what our vision of the industry's future is.

As early as 1965, Vidéotron established the first bi-directional link in the world in order to link up its television studio in Montreal North with its network head in Laval. In 1969, Vidéotron bought the Beloeil network, expanded it, modernized it and embarked on an experiment with television "on demand" called Selecto TV, which allowed subscribers to choose their programs from a video library with more than 5,000 titles.

In 1974, Vidéotron obtained an operating licence for the St-Jérôme region, and built the first bi-directional network in the world in that municipality. The town became one big studio. It was possible for us to broadcast from every area of the community, including every residence.

In 1975, the business expanded to the South-Shore of Montreal, where one of the most modern cable networks in the world was built. This network is bi-directional and has a capacity of 35 channels, 7 of which are reserved for television "on demand". At this time, Vidéotron is in the midst of a massive operation to install cable selectors.

In 1980, the company acquired Câblevision Nationale, the largest cable company in Quebec, covering the Montreal, Quebec City, Sherbrooke, Victoriaville and Cap-De-La-Madeleine regions. Following this acquisitions, all these networks were modernized and service was extended to 35 channels. Intervisions, a very high capacity microwave star network, was introduced in Montreal and Quebec City, which allowed Vidéotron to start providing its subscribers with specialty services in the area of sports, education, children's programming, etc., some seven years ago. The introduction of these services made it possible to provide better service to the public, to increase the number of French language services and to increase cable penetration.

In 1981, we integrated the Telidon system into our television broadcasting services, and in 1983, installed a satellite communications network to transmit Telidon text.

Since 1982, we have been working on a very complex research program, intended to develop and put in place a home news and information system, called Videoway.

Something we are very proud of is that the Vidéotron group has always been, and continues to be, a pioneer and innovator serving both its own audience and the Canadian Broadcasting System. We have researched and developed

[Texte]

développé des voies nouvelles. Nous avons innové, tant techniquement qu'en programmation spécialisée.

Nous avons apporté cet esprit d'innovation à la télévision conventionnelle, avec l'acquisition de Télé-Métropole en 1986. Nous avons mis en place une vice-présidence, Recherche et développement. Cela suppose de la recherche constante, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur même de l'organisation, d'idées novatrices, de formules neuves et dynamiques et de talents nouveaux. En d'autres mots, dans un univers télévisuel de plus en plus diversifié, toute entreprise de télédiffusion doit redoubler d'efforts dans la recherche de projets novateurs. À Québec, on a le même problème de mettre en place 120 heures de programmation par semaine, mais notre potentiel est de 5 millions de dollars seulement. Pour bien réaliser notre défi, si on regarde les Américains, ils ont peut-être 250 millions de potentiel pour faire le même travail. Je crois que l'entreprise doit se dépasser continuellement pour offrir une programmation de plus grande qualité.

Présentement, le Groupe Vidéotron est en train de doter Télé-Métropole des équipements nécessaires à la production et à la diffusion en stéréophonie. Au cours de l'été, le Groupe Vidéotron a annoncé un programme Triennal visant à la modernisation de tous ses systèmes de câble pour augmenter la capacité en canaux à 52. Dans la foulée de cette recherche d'innovation qui a marqué les 20 dernières années, Vidéotron entend maintenant devenir un centre commercial électronique qui permettra l'ajout progressif à la télévision de divertissement d'une télévision de service.

• 1545

L'introduction du Club Vidéotron, en septembre 1986, vient en quelque sorte jeter les bases de cette télévision de service. Tous les abonnés de Vidéotron reçoivent en effet une carte de membre du Club Vidéotron qui leur permet d'effectuer diverses transactions sur ces canaux de service. Par exemple, sur un canal, Vidéotron propose un Télé-achat spécialisé dans la promotion d'immeubles disponibles sur le marché. Chaque immeuble est décrit à l'extérieur et à l'intérieur grâce à plusieurs diapositives couleurs. Une des «boutiques» du centre d'achat électronique est le Télé-voyages. Des forfaits pour voyages préparés par des grossistes participants sont alors disponibles. Le Télé-guichet faisant partie du canal Télé-des-arts permet d'informer nos abonnés sur tous les spectacles en ville ainsi que la disponibilité des billets à la dernière minute.

L'introduction de ces nouveaux services préparent la venue prochaine de Videoway, un système encore plus complet et interactif qui fait l'objet d'une expérience pilote à Brossard depuis avril 1986, et son implantation devrait débuter l'automne 1988. Ce système accélérera l'accès des abonnés aux différents services de Télé-achat. Il sera le seul mode de communication à allier images, vidéo et transmission de données. Les nouveaux secteurs qui bénéficieront de Videoway sont les suivants: la télégestion,

[Traduction]

new systems. We have been innovative, both in making technical improvements and providing specialized programming.

Indeed, we brought this innovative spirit to conventional television when we acquired Télé-Métropole in 1986. We then appointed a vice-chairman of Research and Development. This implies constant research, both external and in-house, innovative ideas, new and dynamic schemes and new talent. In other words, in an increasingly diversified televisual universe, every television broadcasting business must redouble its efforts to find innovative projects. In Quebec City, we have the same problem of introducing 120 hours of programming per week, but our potential is only \$5 million. In order to meet that challenge - if we look at the Americans, they may have a \$250 million potential for the same job—I believe the industry must constantly surpass itself in order to provide better quality programming.

At the present time, the Vidéotron group is installing the necessary equipment at Télé-Métropole to permit stereophonic production and broadcasting. In the course of the summer, the Vidéotron group announced a triennial program aimed at modernizing all its cable systems in order to increase channel capacity to 52. In the wake of the innovative research that has marked the last 20 years, Vidéotron now intends to become a sort of electronic shopping centre offering an increasing number of services on what is now primarily entertainment television.

The introduction, in September 1986, of the *Club Vidéotron*, in a sense opened the doors for service television. All Videotron subscribers receive a membership card allowing them to carry out various transactions on these service channels. For example, on one channel, Videotron offers a tele-shopping service for real estate. Each building is described inside and out through a series of colour slides. One of the "shops" of this electronic shopping centre is the tele-travel service. Participating wholesalers prepare travel packages which are advertised on the channel. The electronic wicket, which is part of the arts television channel tells our subscribers about all the shows in town and allows them to obtain tickets at the last minute.

The arrival of these new services heralds the arrival of Videoway, which is an even more extensive interactive system which has existed in Brossard as a pilot project since April 1986 and whose official implementation should begin in the fall of 1988. This system will speed up subscribers' access to the different tele-shopping services. It will be the only system of communications to combine the use of pictures, video and data transmission. Various new sectors will benefit from Videoway, and they are: tele-

[Text]

le téléchargement, le courrier électronique, les banques de données et les télétransactions.

Vidéotron mise beaucoup sur ces services et compte que d'ici 10 ans ils fourniront une contribution très importante aux revenus de l'entreprise.

Voilà en quelques mots et de façon générale les objectifs poursuivis par le groupe Vidéotron afin de toujours mieux servir son public et de contribuer au développement du système de radiodiffusion canadien.

Il nous fera plaisir, monsieur le président, de répondre à vos questions et d'essayer de vous aider dans votre important travail.

Le président: Merci, monsieur Chagnon.

Je pense que vous êtes électeur dans le comté de M^{me} Finestone. Ce fait lui donnera le privilège de commencer l'interrogation. Mais j'insiste, je vais aussi poser des questions, à la fin de la session, parce que votre société QC-TV est citoyen coopératif de mon comté.

Madame Finestone.

Mme Finestone: Je vous remercie.

Monsieur Chagnon, il va de soi que vous êtes reconnu dans ce monde très particulier de radiodiffuseurs, de câblodistributeurs, d'innovateurs, comme une des premières compagnies dans notre société, et non seulement ici au Québec. Mais bien souvent l'on s'est posé des questions de l'intégration verticale, de la concentration coopérative et aussi de la *cross media ownership*. Ce sont trois questions qui sont un peu épineuses, que l'on trouve en cours de route. Je ne vous pose pas de question là-dessus aujourd'hui. Peut-être qu'un de mes collègues va le faire. Ou peut-être en revenant au deuxième tour je les poserai.

Il en reste que vous avez démontré une capacité innovatrice qui dépasse toute autre situation. Mais aujourd'hui, j'ai deux questions très particulières à vous poser. La première concerne la place du câblodistributeur et le rôle des sociétés de télécommunications, ainsi que le rôle qu'ils devraient jouer à l'égard de toute la question de la radiodiffusion. Et la deuxième question toucherait la question des droits de retransmission.

Au premier sujet, la ministre, en répondant à notre rapport en septembre dernier, a posé elle aussi beaucoup de questions.

• 1550

Dans sa réponse, elle a dit que l'on avait à résoudre des questions bien plus complexes pour apporter des changements dans notre société. Elle a dit aussi que nous devons tenir compte de la convergence des technologies de la radiodiffusion et des télécommunications, non seulement aujourd'hui, mais encore au cours des prochaines années puisque les fibres optiques et autres modes de distribution interactifs prennent de plus en plus d'importance. Nous devons veiller à ne pas adopter de définitions qui entraveraient la distribution de nouveaux services aux Canadiens.

[Translation]

computing, uploading, electronic mail, data banks and tele-transactions.

Vidéotron is counting heavily on these services and hopes that within 10 years, they will be able to contribute a large part of the company's profits.

That was a brief and general summary of the goals which the Videotron Group hopes to achieve in order to ever better serve the public and to contribute to the development of the Canadian broadcasting system.

Mr. Chairman, we will now be pleased to answer your questions and to try to help you with your important task.

The Chairman: Thank you, Mr. Chagnon.

I believe you are a voter in Mrs. Finestone's riding. This fact puts her at the top of the list of questioners. However, I do want to specify that I also will be asking questions at the end of this session, because "QC-TV" is a corporate citizen of my riding.

Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: Thank you.

Mr. Chagnon, it is obvious that, in this very special circle of broadcasters, cable companies, innovators, you are considered to be one of the largest companies around, and not only in Quebec. But we often wonder about vertical integration, co-operative concentration and cross-media ownership. These are three rather thorny subjects which have been brought up during our study. I do not intend to ask you any questions about them today. Maybe one of my colleagues will do so, or maybe I will decide to do so later on, during our second round.

Nevertheless you have demonstrated an innovative capacity greater than anything we have seen so far. Today, I would like to ask you two very specific questions. The first concerns the role of the cable company and the telecommunications society in the whole area of broadcasting. My second question will be cable re-broadcasting rights.

The Minister, in responding to our September report, also had several questions to ask about the former.

In her response, she stated that we needed to resolve far more complex questions in order to bring about change in our society. She also stated that we have to take into account the convergence of broadcasting and telecommunications technologies, not only today, but also for the years ahead, since fibre optics and other interactive distribution systems are gaining in importance. She warned us not to establish definitions which would hamper the distribution of new services to Canadians.

[Texte]

Puis, voici autre chose:

Aujourd'hui, la convergence de la technologie de l'information et de la technologie des télécommunications se fait à vive allure. La convergence de ces technologies soulèvent de nouvelles questions, des questions d'envergure qui appellent des réponses dont les répercussions se manifesteront à long terme. Nous ne pouvons pas nous permettre de nous tromper à leurs propos.

Disait-elle.

Après cela, je lui ai posé quelques questions à l'égard du rôle que doivent jouer les compagnies de télécommunications et les compagnies de radiodiffusion. Je n'ai pas eu de réponses précises; or, nous avions envoyé à la ministre des questions très précises à ce sujet. Entre autres, nous avons demandé: Qu'a-t-elle voulu dire au sujet du rôle à jouer par les compagnies de télécommunications et les compagnies de câblodistribution? Prévoit-elle que l'on doive changer la loi C-68 où il y a déjà une définition sur le sujet lorsque l'on parle d'une compagnie de *broadcasting undertaking*?

Si l'on prévoit un changement à cet égard, quel sera selon vous l'impact pour les compagnies de câblodistributeurs si les Telco viennent en ligne de compte?

M. Chagnon: Je vais essayer de répondre directement à votre question, mais d'une façon globale. Le premier point que vous avez soulevé: Quelle est la place, ou le rôle des câblodistributeurs des entreprises de télécommunications et des radiodiffuseurs? Pour le radiodiffuseur, je pense que je peux dire que c'est un médium de communication de masse qui rejoint de grands auditoires. Et vous allez remarquer—c'est pour cela que l'on s'est penché un peu sur le passé dans le cas de Vidéotron—que notre philosophie a toujours été de mettre en place des services complémentaires aux radiodiffuseurs. Le radiodiffuseur a une seule fréquence qui lui permet de rejoindre de grands auditoires et cela nécessairement avec des budgets beaucoup plus élevés que pour les câblodistributeurs. Toute notre orientation a été faite vers les sports amateurs et la programmation pour enfants, programmation orientée dans une perspective de complémentarité. Les radiodiffuseurs, avec les ondes hertziennes, ont un moyen de communication de masse qui est bien identifié. Où l'on commence à avoir des nuances, c'est avec le câblodistributeur et les entreprises téléphoniques—le service de télécommunication.

Présentement, il a été mis en place au Canada deux infrastructures très efficaces pour des rôles encore une fois bien définis. La téléphonie, avec sa paire de fils, ses réseaux de communication, permet d'avoir, je pense, un des meilleurs réseaux téléphoniques au monde. Toutefois, ses services sont limités à une paire de fils qui permet de communiquer la voix d'une façon, je pense efficace. Quelqu'un pourrait dire: la largeur de bande transportée pourrait être de beaucoup supérieure. Mais elle fait un excellent travail. Elle ne va pas transporter du vidéo, sans aucun doute.

[Traduction]

She also said, and I quote:

Today, information technology and telecommunications technology are converging at great speed. This convergence leads us to new questions, important questions which require answers whose effects will be felt down the road. We cannot afford to make any mistakes.

Said she.

Afterwards, I asked her a few questions about the role of telecommunication and broadcasting companies. I did not get any specific answers; and yet we had sent her very specific questions on this matter. Among other things, we asked her what she meant about the role of telecommunication companies and cable distributors. Did she intend to change Bill C-68 which already includes a definition of what constitutes a *broadcasting undertaking*?

If there is a change to be brought, what do you think the impact on cable distributors will be if the telephone companies are taken into account?

Mr. Chagnon: I will try to answer your question directly but in general terms. First, what is the role of cable distributors, telecommunications companies and broadcasters? In the case of broadcasters, I feel it safe to say that it is a mass communication medium which reaches a wide public. And you will note—that is why we have insisted a little bit on the past in the case of Vidéotron—that our philosophy has always been to establish services complementing those of broadcasters. The broadcaster has only one frequency which allows him to reach a large public and this is necessarily done on a much bigger budget than the cable distributor. Our entire programming has been centred on amateur sports and children's programming, all of which were chosen with the idea of complementarity. Through hertzian waves, broadcasters have a well-identified mass communications medium. The grey area is the cable distributor and the telephone companies—the telecommunications service.

Currently, there are in Canada two very effective infrastructures for roles which, once again, are well defined. I feel the telephone system, with its two wires and its communication networks, provides one of the best telephone networks in the world. However, its services are restricted to a pair of wires that allow an effective means of voice transmission. You could say that the band-width could be far greater. But it is doing an excellent job. Obviously, it is not going to carry video.

[Text]

Toutefois, Bell Canada a annoncé qu'il mettrait bientôt en place des services de Videotex avec le projet ALECS, entre autres. L'avantage de ce système-là, via la téléphonie, c'est que le service est universel. Vous pouvez, de Montréal, avoir accès à des banques de données qui sont à Paris, à Londres, à Los Angeles, à Edmonton, à Montréal. Le système est universel et marche efficacement. Minitel, en France, en a fait l'expérience.

Le câble est un système *broad band*, ce qui est une information communiquée d'un point et qui est accessible à tous les abonnés raccordés à ce réseau. Pour le vidéo comme on le connaît aujourd'hui, tous les programmes, s'il y a 36 chaînes sur un réseau de câble, sont disponibles à l'ensemble des abonnés, excepté s'il y a certains services discrétionnaires, alors, l'abonné doit être autorisé à recevoir le service.

• 1555

Mais les deux entreprises vont commencer à être en concurrence sur les transmissions de données numériques. Cependant, elles sont complémentaires. Très brièvement, lorsqu'on parle de Videotex, les entreprises de téléphone ont l'avantage du service universel. Toutefois, à cause de la limitation de ce réseau, on impose une facturation à l'unité, à l'utilisation. Un tarif proposé par Bell Canada—proposé seulement—qui serait peut-être de 15\$ de l'heure pour l'utilisation de ce service afin de consulter des banques données.

En câblodistribution, par contre, à cause du réseau qui fait le tour de l'ensemble de nos abonnés, on peut véhiculer des informations d'intérêt de masse, des informations qui sont courtes, précises, rapides, mais qui ont une très grande demande. On peut penser que, lundi et hier, tous ceux qui auraient cherché dans un système semblable à savoir où est rendu l'indice Dow Jones, où est rendu l'indice de prix de ma compagnie dans laquelle j'aurais investi, grâce à la téléphonie et en quelques secondes, ledit système aurait été surchargé, parce que la capacité des ordinateurs n'a jamais pu répondre à la demande.

Dans l'autre cas, par la câblodistribution, la même information—l'indice Dow Jones on me dit qu'il dépasse 2,000 aujourd'hui—

Mme Finestone: J'espère qu'il ne reviendra pas souvent à ce qu'il était hier.

M. Chagnon: Mais là, l'information est disponible à tous les abonnés simultanément. Cela fait qu'il n'y a plus de restriction, à ce moment-là, dans l'utilisation de l'information. La qualité du câble coaxial, c'est que l'information est disponible à tous en même temps, à cause de la capacité de transmission. La téléphonie, c'est un système comité qui permet une communication d'un point à l'autre pour aller chercher une information. Encore une fois, dans ces types de services Videotex, un exemple qui pourrait peut-être vous donner une idée c'est ceci: quelqu'un voudrait jouer aux échecs dans un système téléphonique à 15\$ de l'heure; si ça vous prend trois heures ou une journée pour jouer votre partie

[Translation]

However, Bell Canada has announced its intention to offer Videotex services through the ALECS project, among others. The advantage of such a system is that the service would be universal, through telephony. In other words, if you are in Montreal, you can have access to data banks in Paris, London, Los Angeles, Edmonton, and Montreal. It is a universal system which works well. Minitel, in France, has already tried it.

Cable is a broad-band system, which means that the information is transmitted from one point and is accessible to all subscribers to the network. In the case of video as we know it today, if there are 36 channels in a cable network, all the programs will be available to every subscriber, except when there are certain discretionary services, in which case the subscriber must be authorized to receive them.

However, both businesses will begin to compete for numerical data transmission. But they are complementary. Very briefly, when we speak of Videotex, telephone companies do have the advantage of universal service. However, because of the limitations of such a network, there is a per unit billing system. Bell Canada's proposed tariff—and I stress the word proposed—would be around \$15 an hour to consult the data banks.

In cable distribution however, because the network reaches all of our subscribers, it is possible to communicate mass interest data, information which is short, specific, rapid but that is in great demand. Last Monday and Tuesday, if everyone had tried to use a telephony system to find out in a few seconds how the Dow Jones was doing, or how a certain stock they had invested in was performing there would have been system overload because the computers never had the capability to respond to such demand.

On the other hand, in cable distribution, this same information—I am told that Dow Jones is over 2,000 today—

Mrs. Finestone: I hope it does not often give us scares like it did yesterday.

Mr. Chagnon: But in this case, the information is available to all of the subscribers at the same time. This means that there are no more restrictions on the use of the information. The coaxial cable's advantage is that it makes information available to everyone at the same time, because of its transmission capability. Telephony is a group system which allows point to point communication in order to obtain a piece of information. Let me once again give you an example of a Videotex type service: Let us say you want to play a game of chess through a telephone system at \$15 an hour. If it takes you three hours or a whole day to play your game... It will cost you \$15 an hour and so you will not be tempted to play

[Texte]

d'échecs. . . Cela vous coûterait 15\$ de l'heure, donc, vous ne jouerez pas tellement longtemps. Si vous voulez mettre en place des contenus de formation qui vont prendre plusieurs heures, le système n'est pas efficace. La câblodistribution, par son modèle, permet de donner, sans frais supplémentaires, l'utilisation illimitée du contenu parce qu'il est disponible à tous simultanément sans retourner en tête de ligne.

Dans les services qu'on a proposés, on va mettre en place prochainement des services interactifs mais dont la caractéristique va toujours être le vidéo et la rapidité de l'information. Qu'on pense à un système de Télé-achat qui permette d'avoir accès à 10, à 100, à 500 catalogues vidéo, et d'aller chercher de l'information directement dans un de ces catalogues! Vous désirez, longtemps à l'avance, avoir une souffleuse pour nettoyer votre entrée. . . Alors vous allez dans le catalogue des commerçants, de maisons locales que vous connaissez très bien parce que vous avez fait affaire avec eux depuis bien longtemps. À demande, on va vous fournir toutes les informations visuelles, des photos en couleur des produits que vous désirez regarder. Le câble a cet avantage par sa transmission *broad band*. . .

Mme Finestone: Excusez-moi, monsieur Chagnon. Tout cela est très important, mais je voulais savoir précisément s'il y aura des contraintes, si vous êtes en concurrence avec les compagnies de téléphone et les compagnies de câblodistribution. Est-ce que cela va être un problème si l'une remplace l'autre ou si l'une vient en concurrence avec l'autre?

M. Chagnon: J'ai essayé de vous expliquer que les deux ont une complémentarité.

Mme Finestone: Oui.

M. Chagnon: Le câble coaxial a des caractéristiques qu'on ne retrouve pas en téléphonie. La téléphonie a des avantages par le truchement de l'universalité, avec le système comité que le câble n'a pas. Donc, les deux sont complémentaires; ce sont deux infrastructures qui sont en place, et très efficaces dans le rôle qu'elles vont jouer.

Mme Finestone: Est-ce que l'un peut remplacer l'autre et est-ce que vous pouvez, par le câble, acheter un service de Bell Canada, disons, et cela ne nuira pas? Au Japon on dit qu'on va faire entrer une fibre optique dans chaque foyer et, sur cette fibre optique, vous allez avoir votre téléphone, votre Videotex et votre télévision. Les trois choses sur la même fibre!

M. Chagnon: On va laver la vaisselle en plus!

Mme Finestone: Mais est-ce que cela ne va pas avoir des conséquences fâcheuses?

• 1600

M. Chagnon: Pour moi, la fibre optique aujourd'hui, c'est comme le Concorde: c'est élégant, c'est efficace, mais à un coût hors de proportion. Nous avons des expériences présentement avec nos partenaires en France et en Angleterre où les deux gouvernements ont décidé d'avoir

[Traduction]

for very long. If you want to use the system for a training program which will take several hours, it will be inefficient. By its very nature, cable distribution allows the unlimited use of the content without additional cost because it is available to everyone at the same time without having to go back all the time.

Among the services proposed, we will soon establish inter-active services whose characteristic will always be video and speed of information. Imagine using a tele-shopping system, with access to 10, 100 or 500 video catalogues, to directly find what you are looking for! Way in advance of the season, you decide to buy a snow blower for your driveway. . . All you need do is ask for the retailers' catalogue, which will give you the names of all the local stores you know so well because you have been doing business with them for a long time. On request, you will obtain all the visual information, colour pictures of the products you want to see. This is an advantage of cable which allows broad-band transmission. . .

Mrs. Finestone: Excuse me, Mr. Chagnon. That is all very important, but I would specifically like to know if there will be any restraints, if you are competing with telephone companies and cable distributors. Is it going to be a problem if one company replaces another or if one competes with another?

Mr. Chagnon: I was trying to explain to you how they both complement each other.

Mrs. Finestone: Yes.

Mr. Chagnon: The coaxial cable has characteristics we do not find in telephony. Telephony, through its universality and its group system, has advantages over cable. Therefore, both complement each other; they are two different infrastructures, both quite effective.

Mrs. Finestone: Could one replace the other and can you, through cable, buy a service from Bell Canada, let us say, without it hurting anyone? In Japan, they say there will be an optical fibre in every home which will enable to plug in your phone, your videotex and your television. All three on the same fibre!

Mr. Chagnon: You will even be able to wash your dishes with it!

Mrs. Finestone: But won't that have negative impact?

Mr. Chagnon: To me, fibre optics today are like the Concorde: elegant, effective but extremely expensive. We are currently carrying out experiments with our partners in France and England where both governments have decided to move ahead of North America in developing

[Text]

une longueur d'avance sur l'Amérique du Nord en développant des réseaux de fibre optique directement aux foyers. En Angleterre, ils ont dit à British Telecom d'en cesser la construction. Cette compagnie est privatisée maintenant. Les actionnaires ne peuvent pas voir et ne verront jamais les rendements de ces services. Le coût de l'infrastructure est trop élevé.

En France, les PTT ont mis en place, à Biarritz, un réseau expérimental. On commençait à câbler des réseaux à fibre optique à 100 p. 100, jusqu'aux foyers, à Montpellier, à Paris. Le coût par foyer était tellement élevé qu'ils ont changé le mode; ils ont gardé les lignes maîtresses en fibre optique et toute la distribution locale se fait en câble coaxial. Et encore, avec cette structure le coût est près de 2,000\$ par foyer. Il n'y a aucun revenu pensable pour réaliser des investissements aussi considérables.

Alors, mon opinion personnelle de 23 ans dans la câblodistribution, c'est que les deux infrastructures sont très efficaces. Quelque part, dans le temps, il y aurait une convergence, mais je pense que je ne la verrai pas.

Le président: Merci, monsieur Chagnon et madame Finestone.

Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Merci, monsieur le président. J'aurais besoin de clarification sur ce service offert à la population. Supposons que je veux voir les deux catalogues en question pour une souffleuse. Comment le résident fera-t-il? Doit-il faire un appel téléphonique ou a-t-il un clavier?

M. Chagnon: Il y a les deux modèles. Un des modèles proposés peut utiliser le téléphone pour établir la communication et vous envoyer l'information que vous avez demandée. Si vous désirez travailler avec un fournisseur que vous connaissez dans votre collectivité, ils vous donnent le catalogue «Jardin»; vous y voyez peut-être la tondeuse que vous recherchez, alors ils vous envoient toutes les images vidéo. Le catalogue est en tête de ligne dans un ordinateur et les images sont retransmises sur le câble coaxial. Mais, le câble coaxial peut servir d'une façon interactive, directement, sans utiliser la téléphonie pour commander de l'information de la tête de réseau. Les réseaux sont bidirectionnels. Ces expériences ne sont plus des expériences aujourd'hui; la preuve est faite que le réseau de câble peut être utilisé d'une façon interactive pour aller chercher de l'information et retourner à l'intérieur du même câble l'information Vidéotex alphanumérique ou les images qui ont été commandées.

M. Blackburn (Jonquière): Très bien. Pouvez-vous me préciser l'impact, pour vos entreprises, de l'obligation de payer des droits de retransmission pour l'utilisation de signaux américains?

M. Chagnon: Depuis un an, on dit que le câble a une capacité de payer illimitée. Mais, un verre d'eau plein fini par débordé. On a vu lundi que le marché de la bourse aussi a dit qu'il y a quelque chose de trop qui déborde. Est-

[Translation]

fibre optic networks directly for the home. In England, British Telecom was told to cease construction. That company is now privatized. Its shareholders will never benefit from their investment in these services because the infrastructure cost is too high.

In France, the "PTT" system in Biarritz has set up an experimental network. They started installing 100% fibre optic networks in the homes in Montpellier and in Paris. The cost per home was so high that they had to change the system; they kept the master lines in fibre optics but the entire local distribution is now done through coaxial cable. What is more, the cost of this is close to \$2,000 per home. It is absolutely impossible to make any kind of profit on such a huge investment.

Therefore, my personal opinion based on 23 years in cable distribution, is that both infrastructures are very effective. Somewhere, sometime, there could be a convergence, but I doubt it.

The Chairman: Thank you, Mr. Chagnon and Mrs. Finestone.

Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you, Mr. Chairman. I would like some clarification about the service offered to the public. Let us say I want to see both catalogues for a snow blower. How do I do it? Do I have to make a phonecall or is there a keyboard I can use?

Mr. Chagnon: Both models exist. One of them lets you use a telephone to establish communication and to send you the information you have requested. If you want to work with a supplier that you know in your area, you will get the "garden" catalogue where you may find the lawn mower you are looking for. The system will then send you the video picture. This catalogue is on-line in a computer and the pictures are rebroadcast on the coaxial cable. But this cable can be used interactively, directly, without using the telephone to request information from the network flagship. This is a two-way system. Today, these are no longer experiments; we now have proof that the cable network can be used interactively to obtain information and, using the same cable, to return alphanumerical videotex information or the images which were requested.

Mr. Blackburn (Jonquière): Very well. Can you explain how it will affect your businesses to have to pay rebroadcasting rights for the use of American signals?

Mr. Chagnon: For a year now we have been saying that cable has an unlimited production capability. But a full glass of water will end up overflowing. As we saw Monday with the stock market, there was too much and something

[Texte]

ce qu'il y a avantage de payer des droits qui, très souvent, ont déjà été payés par les radiodiffuseurs à même les revenus qu'ils retirent de la publicité? Le réseau de câble est plutôt l'antenne qui permet de capter un signal et de le retransmettre à l'abonné sans influencer d'aucune façon le signal déjà reçu. Tout téléviseur déjà a besoin, au moins, de ce qu'on appelle des oreilles de lapin pour capter un signal. Des droits supplémentaires de retransmission doivent-ils être payés? Je considère que non. Mais, la décision sera beaucoup plus politique qu'autre chose.

Les droits ont toujours été payés. Et les radiodiffuseurs, à qui on donne une extension de leur territoire par le réseau de câble, ont des auditoires plus élevés; les auditoires plus élevés les forcent directement à payer des droits supplémentaires pour les contenus qu'ils achètent. Alors, les droits ont déjà été payés. Ce réseau de câble, c'est l'ancienne antenne communautaire qui captait des signaux et retransmettait par fil le signal audiovisuel.

M. Blackburn (Jonquière): Au Saguenay—Lac-Saint-Jean, nous avons Télésag, on a le nouveau service dont vous parlez. Est-ce Vidéotron qui assure ce service où on peut voir, par exemple, les immeubles dont on voudrait faire l'acquisition?

• 1605

M. Chagnon: C'est un service que Vidéotron a mis en place sur ses réseaux, au Québec. Et Télésag a demandé de diffuser ce contenu produit par Vidéotron. C'est un service de télé-immeuble.

M. Blackburn (Jonquière): C'est vous qui êtes derrière?

M. Chagnon: Dans le mode que nous avons aujourd'hui, c'est un mode programmé où les édifices sont présentés un par un; plus tard, dans le mode interactif qui viendra vers la fin 1988, à votre demande, on pourra aller chercher dans un catalogue de télé-immeuble un édifice disponible à Longueuil, une maison unifamiliale de moins de 100,000\$ avec trois chambres à coucher... L'ordinateur envoie alors les informations de sa banque de données, avec toutes les images vidéos; présentement, de 12 à 14 photos par édifice sont présentées.

M. Blackburn (Jonquière): Dans un autre ordre d'idées, le pourcentage des abonnés au Québec qui ont le câble, continue-t-il à progresser?

M. Chagnon: Le groupe Vidéotron-Québec, a une pénétration du marché de l'ordre de 62 p. 100. Elle progresse de 6 p. 100 à 7 p. 100 par année. Considérant les services qui se mettent en place aujourd'hui, on devrait, dans quelques années, atteindre 70 p. 100 à 75 p. 100. Toute la gamme des nouveaux services transactionnels et interactifs permettrait d'offrir des services très spécialisés à un public qui a dit qu'il n'avait pas besoin du câble pour ses besoins de divertissements.

De plus en plus, vous verrez sur nos réseaux de câble des services très spécialisés, dirigés vers des publics cibles. Ils permettront de satisfaire des besoins très particuliers,

[Traduction]

had to give. Is there any advantage in paying for something which, very often, has already been paid for by the broadcasters through their advertising revenues? The cable network is more or less the antenna which picks up a signal and rebroadcasts it to the subscriber without in any way interfering with the signal already received. Every television set needs at the very least a set of rabbit ears to pick up the signal. Does that mean we have to pay extra retransmission rights? I would say not. But such a decision is based more on political considerations than on anything else.

These rights have always been paid. And broadcasters, whose territory is extended thanks to cable, have a bigger audience which, in turn, forces them to pay additional rights for the content bought. Therefore, these rights have already been paid. The cable network is the old community antenna picking up audiovisual signals and rebroadcasting them through the wire.

Mr. Blackburn (Jonquière): In the Saguenay—Lac-Saint-Jean area, we have *Télésag* which is a new service you were talking about. Is Vidéotron the one offering the service where, for example, you can see the building you want to buy?

Mr. Chagnon: It is a service Vidéotron put in place on its network in Quebec. And Télésag asked to broadcast this program produced by Vidéotron. It is a Télé-Housing service.

Mr. Blackburn (Jonquière): Who is responsible for it?

Mr. Chagnon: For the time being, houses and buildings are shown one after the other, but later on, towards the end of 1988, we will be able, upon request, to search through a Télé-Housing catalogue and find a building available in Longueuil, a single-family house for less than \$100,000 with three bedrooms... The computer then retrieves what it can find in its data bank and a video film with 12 to 14 pictures per building is then broadcast.

Mr. Blackburn (Jonquière): In another vein, is the percentage of Quebec subscribers who have cable service increasing?

Mr. Chagnon: The market share of Vidéotron Québec is about 62% and increases by 6% to 7% per year. Given the services which are being developed today, our market share should reach 70% to 75% in a few years. All those new transactional and interactive services should provide unique services to an audience which has said it did not need cable for entertainment purposes.

On a cable network you will be able to see very specialized services in increasing numbers, which are targeted to very specific audiences. These services will

[Text]

autres que le divertissement générale offert par la câblodistribution présentement. On parlait de banques de données, de Télé-achats, etc. Le temps passe; je vais donc m'arrêter.

M. Blackburn (Jonquière): Merci.

Le président: Merci, monsieur Blackburn.

Monsieur Gormley.

M. Gormley: Merci, monsieur le président.

Bonjour. J'ai trois questions.

You are the owner of both the largest cable distribution company in Quebec and one of the most important private television stations. Mrs. Finestone mentioned in her preamble the question of vertical integration, cross-ownership, and these sorts of things. Does this situation create problems of access to your cable basic spectrum, for example, for other stations or for other services that wish to use your cable system?

Mr. Chagnon: It does not create any problems, period. I cannot think of a reason why it would create problems. It does not create any problems. There was a perception that it could create problems. They put the Equity and Control Committee in place with three distinguished Quebecers. It could receive any complaint from broadcasters or others on access to cable or the broadcasting system. We have never had any complaints, and I believe there should not be any complaints.

Mr. Gormley: So you never have received complaints along that line?

Mr. Chagnon: Never.

Mr. Gormley: My second line of questioning is in the general realm of television production. I was very interested to read of your involvement with the French production you have been doing, and the joint productions with France. Which direction do you see the future market for French-language productions moving internationally in that production here in Quebec in the French language? Is there an opportunity now to be developing it for Quebec with an eye to selling it in France? How do you see that moving in the next five or ten years?

Mr. Chagnon: In this direction, there is no doubt, if you realize the various surveys indicate the most popular programs in French Quebec have been programs produced here in Quebec for Quebecers and the two series that were sold to our French partner have been programs that could be played back in France on account of the quality of the language and so on. But those programs originally were intended for Quebec. Right now we are working with them to evaluate if they could be interested in additional programs that have been put in place, and most of the time the preoccupation is more the language because there are still particularities there.

[Translation]

meet very specific needs other than general entertainment which is presently provided by cable distribution. We were talking earlier about data banks, Télé-purchases, and so on. I will stop there as time is flying.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn.

Mr. Gormley.

Mr. Gormley: Thank you very much, Mr. Chairman.

Welcome. I have three questions.

Vous êtes non seulement propriétaire de la plus grosse compagnie de câblodistribution au Québec, mais également de l'une des stations de télévision privée les plus importantes. Dans son préambule, M^{me} Finestone a fait allusion à l'intégration verticale, à la propriété réciproque, etc. Cette situation n'empêche-t-elle pas d'autres stations qui veulent utiliser votre réseau de câblodistribution d'y avoir accès?

M. Chagnon: Non, absolument pas. Je ne vois pas quel problème cela pourrait créer. Cela n'en crée pas. Cela aurait pu en créer, et c'est la raison pour laquelle le Comité d'équité et de contrôle composé de trois éminents Québécois a été constitué. Quiconque aurait des problèmes d'accès au réseau de câblodistribution ou au réseau de télédiffusion pourrait adresser une plainte à ce comité. Nous n'avons jamais reçu de plainte et je crois que nous ne devrions pas en recevoir.

M. Gormley: Vous n'avez donc jamais reçu de plainte à ce sujet?

M. Chagnon: Jamais.

M. Gormley: Ma deuxième question porte sur la réalisation d'émissions de télévision. J'ai lu avec beaucoup d'intérêt que vous participez à la réalisation d'émissions de télévision en collaboration avec la France. A votre avis, quel est l'avenir de ce marché d'émissions réalisées en langue française au Québec? Pensez-vous que le Québec pourrait réaliser des émissions qu'elle revendrait ensuite en France? Comment vous imaginez-vous les cinq à dix prochaines années?

M. Chagnon: A ce propos, il ne fait aucun doute, si vous examinez les divers sondages qui ont été faits, que les émissions les plus populaires au Québec sont celles qui ont été réalisées ici au Québec pour les Québécois et les deux feuillets qui ont été vendus à la France étaient des feuillets qui pouvaient être diffusés en France en raison de la qualité de la langue, etc. Mais au départ, ces émissions étaient destinées au public québécois. Pour le moment, nous sommes en train de négocier l'achat de nouvelles émissions, et le seul obstacle demeure la langue car elle présente toujours certaines particularités ici au Québec.

• 1610

But to answer your question directly, the program should be produced for Quebec first, with an eye to being

Mais pour répondre directement à votre question, ces émissions devraient être réalisées pour le public québécois

[Texte]

sold outside afterwards. Of course there is some content, varieties and so on, where it is possible to have co-production with them to share the high costs of production, but originally it has to be produced for Quebec first.

Mr. Gormley: On the question of Quebec-oriented production, with JPL Productions and Sonolab for post-production and your involvement in the production business, on a broad percentage basis how much production in Quebec is Vidéotron responsible for?

Mr. Chagnon: Vidéotron, as a cable operator, does not produce any content, even though we have been involved for the last 20 years in programming because nobody else wanted to provide the specialty services for our customers. So it has always been produced by independent producers. This has always been the strategy of Vidéotron.

For Télé-Métropole you have to realize that—I repeat this very often—there are only 5 million French Canadians and they have to put out 220 hours of programming a week. Télé-Métropole produce 3,000 hours per year of programming. In France, STP, which is the main producing unit for what were at the time the three public networks, produced 2,200 hours a year. So Télé-Métropole had to fight against the American programs that were coming in—people are bilingual in Quebec—and the public service of *Radio-Canada* and CBC, and the other stations here to produce quality programs that will satisfy the needs of their customers. But they have developed expertise to produce high-quality programs that are targeted to Quebecers, and today, with our French partners, that expertise is being used to help them produce programming in France, because from 2,200 hours they will need very soon, in 1990, 12,000 hours a year, and the facilities are not in place. Télé-Métropole is used as a model to assist them to produce high quality at relatively low cost in the budget. They are at \$55 million, but even with that the cost of programming is always a very high item on any broadcaster's budget. But that expertise is being used here.

Mr. Gormley: My third and final line of questioning involves your obvious vision for the potential of cable. You have enunciated clearly, and I sense that much of your own personal involvement is staying well ahead of everyone else in trying to find new ways for usage.

In our committee report we got into the question of the complementarity of the cable system—companies using it for burglar alarms, telebanking, this sort of thing—and the view of this committee was that, while the commission should continue to regulate carriage of cable

[Traduction]

avant tout, tout en envisageant de les vendre à l'étranger plus tard. Dans certains cas, dans le domaine des variétés, par exemple, il est toujours possible d'envisager des accords de coproduction, car ces coûts sont très élevés, mais avant tout, ces émissions doivent être réalisées pour le public québécois.

M. Gormley: A propos de la production québécoise, JPL Productions et Sonolab étant responsables de la post-production, quel pourcentage d'émissions Vidéotron produit-il au Québec, *grosso modo*?

M. Chagnon: En tant qu'exploitant d'une compagnie de câblodistribution, Vidéotron ne produit aucune émission même si, au cours des 20 dernières années, nous avons été responsables de la programmation étant donné que personne d'autre ne voulait offrir de services spécialisés à nos clients. Mais ils ont toujours été produits par des producteurs indépendants. Cela a toujours été la stratégie de Vidéotron.

Quant à Télé-Métropole, vous devez vous rendre compte—et je répète cela très souvent—qu'il n'y a que 5 millions de Canadiens français et que cette station de télévision doit diffuser 220 heures d'émissions par semaine. Télé-Métropole diffuse 3,000 heures d'émissions par an. En France, la compagnie STP, principale compagnie de production pour l'ensemble des trois chaînes de l'époque, diffuse 2,200 heures d'émissions par an. Télé-Métropole doit donc se battre contre les chaînes américaines—les gens sont bilingues au Québec—contre le réseau public de Radio-Canada et de CBC et contre les autres stations de télévision et n'a d'autre choix que de produire des émissions de qualité qui plairont à leurs clients. Mais ils ont toutes les connaissances voulues pour réaliser des émissions de très haute qualité, émissions destinées au public québécois, et aujourd'hui, grâce à notre association avec la France, ces connaissances leur permettent de réaliser des émissions en France car en 1990, ils devront diffuser 12,000 heures d'émissions par an, et pour le moment ils n'en ont pas les moyens. Télé-Métropole sert de modèle ce qui leur permet de réaliser des émissions de grande qualité, à un coût relativement peu élevé. Ces coûts s'élèvent pour le moment à 55 millions de dollars, mais les coûts de programmation sont toujours très élevés dans tout budget d'une société de radiodiffusion. Mais ces connaissances sont utilisées.

M. Gormley: Ma troisième et dernière question porte sur l'avenir, tel que vous le voyez, des services de câblodistribution. Vous avez dit sans l'ombre d'un doute, et manifestement c'est ce que vous essayez de faire, que votre objectif est de trouver les premiers de nouvelles façons d'utiliser ces services.

Dans notre rapport, nous nous sommes penchés sur la complémentarité du réseau de câblodistribution—certaines compagnies l'utilisent comme réseau de protection contre le vol, pour des services bancaires, etc.—et le Comité estimait, même si le conseil devait

[Text]

programs per se, there should be some kind of dividing line between these other services.

What are your thoughts on this? I am thinking now 10 or 20 years down the line. Should we be, in the corporate sense, breaking up companies to say you deliver cable entertainment on one hand and another company or subsidiary firm will deliver these other off-broadcast services?

Mr. Chagnon: To answer your question, I will just take teleshopping. This will be on demand, so it means that all those video catalogues will be at hand. What we always want for our customers is the largest diversity of high-quality services, and the strategy for what we call interactive teleshopping service is to have as many as possible. So the cable operator will not and should not be involved in the content there. He has no expertise and he will not provide what people are looking for, the largest diversity of services to his customer. The customers for teleshopping want to have access to maybe 10 stores, 20 stores, 50 stores, 100 stores—like any shopping centre. It will be the same for a Videotex type of service. But where it is hybrid is because, to assist them, sometimes they have to assist them in production to have the lowest possible cost.

I was making reference to the success of Télé-Métropole in Quebec. It has been successful because they can produce their own programming. They have eight studios in the same building. Everything has been well organized for the last 25 years, and they work very efficiently and they produce 3,000 hours a year at budgets that are very low in cost but high in quality because they compete. In the last BBM, for early this fall, we had 8 programs out of 10, so we must be doing something right somewhere.

• 1615

What I am saying is that our role could be hybrid, not particularly in education but in the content itself, because the existing local retailers are the ones from whom people will want to buy. Sometimes we have to assist them to produce at the lowest possible cost those video clips, video frames, catalogues, and so on.

As for Videotex, you then have to put in large mainframe computers. There you may again have to be involved in assisting, like our department of finance is, because we have a 24% equity in CITEM, the largest server of Minitel. They receive 25 services through that system. Any one of them would have had to have had the capacity of technicians, computers, hardware, software and so on to put those services in place, but when it is shared by a group, it is possible to have a greater diversity of services.

[Translation]

continuer de réglementer les services offerts par les compagnies de câblodistribution, que ces autres services devraient être séparés.

Qu'en pensez-vous? Je pense aux 10 à 20 prochaines années. Devrions-nous scinder les sociétés pour qu'une société ne fasse que de la câblodistribution et que l'autre ne diffuse que ces autres services?

M. Chagnon: Pour répondre à votre question, je prendrai l'exemple de Télé-achat. Ce service sera offert sur demande, si bien que tous ces catalogues vidéo seront disponibles. Nous désirons offrir à notre clientèle la plus grande diversité de services de grande qualité et pour réaliser ce que nous appelons le service télé-achat interactif, nous devons offrir le plus grand nombre de services possible. Ainsi, la compagnie de câblodistribution ne participera pas à la mise en place de ce service et ne devrait pas y participer. La compagnie en question n'est pas experte en la matière et n'offrira pas ce que les gens recherchent, à savoir, la plus grande diversité de services à sa clientèle. Ceux qui voudront se servir de télé-achat voudront avoir accès à 10 boutiques, 50 boutiques, 100 boutiques peut-être—comme dans n'importe quel centre commercial. Il en ira de même pour les services de type Vidéotex. Mais ce sera un service hybride car les compagnies de câblodistribution devront contribuer au coût de production pour que ces coûts demeurent les moins élevés possible.

Tout à l'heure, je parlais du succès de Télé-Métropole au Québec. Elle connaît du succès car elle produit ses propres émissions. Elle possède huit studios dans le même édifice. Tout est très bien organisé depuis 25 ans, cette station de télévision est très rentable et peut produire 3,000 heures d'émissions par an à un coût très peu élevé mais de grande qualité car elle doit aussi affronter la concurrence. Dans le dernier sondage sur les cotes d'écoute, celui qui date du début de cet automne, huit de nos émissions sur dix étaient citées, si bien que nous sommes sans doute sur la bonne voie.

Nous pourrions jouer un rôle hybride, non pas dans le domaine de l'éducation, mais pour ce qui est du contenu lui-même, car notre clientèle veut s'approvisionner auprès des détaillants locaux existants. Parfois, nous devons les aider à produire au coût le moins élevé ses vidéo-clips, vidéo-images, catalogues, et cetera.

Pour Vidéotex, il faut installer de gros ordinateurs principaux. Là encore, il faut contribuer aux coûts de production, comme le fait notre département des finances, puisque nous avons acquis 24 p. 100 de CITEM, le plus gros distributeur de Minitel. Les abonnés au Minitel reçoivent 25 services différents. Pour chacun de ces services, il faut des techniciens, des ordinateurs, du matériel, des logiciels, etc., mais lorsqu'on se les partage, on peut s'offrir un plus grand nombre de services.

[Texte]

Mr. Gormley: However, my concern is that the regulation cost per se, as now the commission regulates the cost charged per sub, per month, how do we face this challenge in the next decade or 20 years? When you are proposing to offer such a wide menu, should it all fall under the commission? I do not think that would be the answer. I am wondering, for the average Canadian, who should regulate the prices and to what extent.

Mr. Chagnon: The market will control that. All of the services we are talking about right now would not be paid for directly by our subscribers. We have a basic rate for cable, which is less entertainment, and this is a rate controlled by CRTC or regulated by CRTC.

The input for all the non-programming services, those we want to electronically reach our customers... They will be the ones to come into the electronic shopping centre. There will not be an additional rate. There is no charge to our customers for access to those video catalogues. The revenue will come from the input, not the output.

Mr. Gormley: That was the question I was getting at.

The Chairman: Thank you. I think, Mr. Chagnon, there will be a question later on as to where it appears on the tiering. That is another area of discussion and we will come back to it.

Mme McDonald: J'ai d'abord une question sur la câblodistribution et surtout sur les quatre canaux de production maison, c'est-à-dire le canal communautaire, le canal ethnique, le canal des sports et le canal pour la jeunesse. Quels sont les cotes d'écoute de ces quatre canaux?

M. Chagnon: Nous pourrions vous transmettre les sondages que nous faisons régulièrement auprès de clientèle. Je ne les ai pas en mémoire.

Permettez-moi de vous rappeler que l'objectif de ces canaux spécialisés est d'offrir à une clientèle, par un moyen de communication, des contenus qui ne pourraient jamais être disponibles dans le système de radiodiffusion, parce que le public cible est trop restreint pour permettre ce genre de diffusion.

Mme McDonald: Alors, il n'y a pas beaucoup de gens qui regardent ces quatre canaux.

M. Chagnon: J'aimerais faire une analogie avec un grand quotidien. Ici à Montréal, le journal *La Presse*, pour en nommer un, publie peut-être 150 articles ou rubriques chaque jour. Est-ce que quelqu'un demande à M. Roger D. Landry quelle est la cote de lecture de chacun des articles publiés dans un numéro journal? C'est un tout. Le journal entre dans un foyer où il y a des enfants, des adolescents, des adultes, de sexe masculin ou féminin. Il y a divers centres d'intérêt. Certaines personnes s'intéressent beaucoup à des articles très spécialisés, et c'est une des raisons principales pour lesquelles ils achètent le journal.

Prenons le cas particulier de la télévision communautaire ethnique. Je pense que 29 groupes

[Traduction]

M. Gormley: Oui, mais ce qui m'inquiète, c'est le coût de la réglementation elle-même, puisque c'est le Conseil qui réglemente actuellement le coût demandé par abonné, par mois. Qu'allons-nous faire dans 10 ou 20 ans? La gamme de services que vous proposez devrait-elle être réglementée par le Conseil? Je ne crois pas que ce serait bon. Et je pense au public canadien et je me demande qui devrait réglementer les prix?

M. Chagnon: Le marché. Tous les services dont il est question pour l'heure ne seraient pas financés directement par nos abonnés. Il existe un tarif de base pour les services de câblodistribution, moins la partie «divertissement», et ce tarif est réglementé par le CRTC.

Pour les services qui ne touchent pas à la programmation, les services électroniques mis en place pour notre clientèle... Ce sera un centre d'achat électronique et nous n'imposerons pas de frais supplémentaires. Notre clientèle pourra avoir librement accès à ces catalogues vidéo. Les revenus proviendront des vendeurs et non pas des consommateurs.

M. Gormley: C'est précisément la question que je voulais vous poser.

Le président: Merci. Monsieur Chagnon, nous vous demanderons plus tard comment cela s'intégrera au système par palier. C'est un tout autre sujet et nous y reviendrons.

Ms McDonald: First I would like to ask you a question about cable distribution and above all about the four in house production channels, the community channel, the ethnic channel, the sports channel and the youth channel. What are the ratings for those four channels?

Mr. Chagnon: We could provide you with the surveys which we regularly send to our customers. I cannot recall what they are.

Let me just say that the purpose of these specialty channels is to provide our customers, through a communications channel, with services which could never be made available on any other broadcast system, because the targeted audiences are too limited to allow this kind of broadcast.

Ms McDonald: So few people watch these four channels.

Mr. Chagnon: Let me make an analogy with a large daily newspaper. In Montreal, *La Presse* newspaper, for example, publishes around 150 articles per day. Does anyone ask Mr. Roger D. Landry what the ratings are for each article published in an issue? It is a sum of things. Newspapers are read in households where there are children, teenagers and adults, both male and female. Their interests vary. Some are interested in very specialized articles and this is partly why they buy newspapers.

As an example, let us take the ethnic community channel. I think that 29 ethnic groups watch this channel

[Text]

ethniques utilisent ce canal à Montréal. On se demande même si on ne sera pas obligés d'en ajouter un deuxième pour leur donner le plus d'accès possible. Ce canal est, pour le groupe ethnique, le seul endroit où il peut communiquer sa culture à ses enfants et à d'autres. C'est unique. La cote d'écoute n'est pas une préoccupation importante des câblodistributeurs.

• 1620

Mme McDonald: Il est bien possible que les cotes d'écoute ne soient pas très élevées, mais il reste qu'une fonction est remplie. On peut cependant se demander si les budgets sont adéquats et si la qualité est suffisante pour attirer les téléspectateurs.

M. Chagnon: Comment répondre à votre question? Sans doute qu'à la télévision communautaire, ou à chacun des canaux que vous venez d'énumérer, quelqu'un pourrait, en doublant les budgets, rehausser la qualité. Mais il faut toujours tenir compte des réalités du marché. L'autre réalité est une philosophie qu'on s'est donnée chez Vidéotron: le contenu doit être complémentaire au contenu offert par le radiodiffuseur.

Vous avez parlé du canal des sports. Depuis près de 12 ans, nous avons un canal des sports. Sa vocation a toujours été le sport amateur. On n'a aucune publicité qui nous permettrait de produire des contenus de calibre professionnel, de couvrir une joute de football locale dans un collège avec 12 caméras. Notre rôle est de permettre au public de voir ce qui se passe dans le sport amateur. On n'attend pas que quelqu'un gagne une médaille d'or olympique pour le présenter dans les médias de masse.

Mme McDonald: J'ai plusieurs questions sur la production à la télévision. Vous êtes maintenant propriétaires de Télé-Métropole. Pouvez-vous nous parler des changements survenus à Télé-Métropole au cours de la dernière année? En particulier, dans quelle mesure avez-vous recours aux producteurs indépendants pour la production d'émissions de divertissement?

M. Chagnon: Déjà nous avons pris l'engagement d'acheter des émissions de producteurs indépendants, au cours des cinq prochaines années, au coût total de 20 millions de dollars. Cela représentera sans aucun doute un montant plus important en termes de valeur de production, mais le coût d'achat de productions de producteurs indépendants sera de 20 millions de dollars pour Télé-Métropole.

Mme McDonald: Quel rôle joue Téléfilm Canada dans le financement des émissions canadiennes à Télé-Métropole?

M. Chagnon: Toutes les émissions produites par les producteurs indépendants sont admissibles aux subventions de Téléfilm Canada. Toutes les émissions produites par Télé-Métropole, soit plus de 3,000 heures par année, ne sont pas admissibles aux subventions de Téléfilm Canada.

Mme McDonald: D'une manière plus générale, que faut-il faire pour accroître le financement disponible

[Translation]

in Montreal. We are now even wondering if we will not have to add an additional channel to the first one so that they can have the largest possible access to it. For these ethnic groups, this channel is the only way they can transmit their heritage to their children and to others. It is a unique service. So ratings are not a major concern of cable distribution companies.

Ms McDonald: Even if ratings are not very high, a function is filled. However, we can wonder whether budgets are adequate and programs of a sufficient quality to attract viewers.

Mr. Chagnon: How could I answer your question? No doubt that community TV or each of the channels you mentioned could increase quality if budgets were doubled. But market realities always have to be taken into account. Another reality is part of the Videotron philosophy: Our content should be complementary to the broadcaster's content.

You mentioned the sports channel. We have had one for almost 12 years. Its vocation has always been sports. We do not have the necessary advertising to produce professional level content to cover a local college football game with 12 cameras. Our role is to make it possible for the public to see what is going on in another sport. We are not waiting for somebody to win a gold medal at the Olympics before talking about him.

Ms McDonald: I have several questions on television production. You are now the owners of Télé-Métropole. Could you tell us about the changes made to Télé-Métropole during the last year? In particular, to what extent are you asking independent producers to produce variety shows?

Mr. Chagnon: We have already undertaken to buy programs from independent producers during the next five years at a total cost of \$20 million. This will probably represent a higher amount in terms of production value, but the purchasing cost will be \$20 million for Télé-Métropole.

Ms McDonald: What role does Telefilm Canada play in the financing of Canadian programs shown on Télé-Métropole?

Mr. Chagnon: All programs produced by independent producers are eligible for Telefilm's grants. All programs produced by Télé-Métropole, and that is more than 3,000 hours per year, are not eligible for such grants.

Ms McDonald: In broader terms, how could we increase available financing for the production of

[Texte]

pour la production d'émissions canadiennes? Vous savez que ce Comité se penche sur la question de la production d'émissions canadiennes ainsi que sur le rôle des télédiffuseurs, de Téléfilm Canada et des autres organismes gouvernementaux ou privés.

M. Chagnon: La seule source de revenu disponible pour les sociétés privées dans notre système de radiodiffusion, c'est la publicité. Donc, l'objectif d'une station est d'attirer le maximum d'auditeurs pour aller chercher ces revenus publicitaires.

Cela dit, on peut, en collaboration avec des producteurs indépendants ou d'autres partenaires étrangers, répartir les coûts au moyen de la coproduction. On peut obtenir une plus grande qualité, avec des budgets plus importants, quand les coûts peuvent être répartis entre plusieurs utilisateurs du même contenu. Mais le secteur francophone est petit dans le monde. La France a sa culture et ses besoins. Essentiellement une télévision doit être locale ou nationale. Les contenus ne peuvent pas être internationalisés si on veut susciter l'intérêt.

Par exemple, au Québec, toutes les chaînes francophones suscitent une participation très élevée du marché, cela en concurrence avec des contenus qui s'appellent *Dynasty*, *Dallas* et tous les autres. Elles ont réussi à faire une programmation locale bien adaptée aux besoins du marché avec des revenus provenant du bassin de 5 millions de personnes.

Aujourd'hui, étant donné qu'on a permis à Télé-Métropole de s'implanter en France sur une des chaînes nationales, il nous est plus facile de partager avec eux le coût de certaines productions. Cependant, ce ne sera possible que dans le cas de certaines productions seulement, parce qu'eux ont besoin d'une production nationale française et que nous avons besoin de notre production québécoise.

[Traduction]

Canadian programs? You know that our Canadian committee is studying Canadian programming as well as the role of broadcasters, Telefilm Canada and other government or private agencies?

Mr. Chagnon: The only revenue source for private corporations in our broadcasting system is advertising. Consequently, a station tries to attract as many viewers as possible in order to get that advertising revenues.

That being said, we can, in co-operation with independent producers or foreign partners, share costs through co-production. It is possible to get higher quality and greater budgets when costs can be distributed between several users. But the French-speaking sector is small internationally. France has its own culture and needs. Essentially, television has to be local or national. Contents cannot be too international if we want to interest viewers.

For example, in Quebec, all French channels take a great share of the market even if they are competing with programs like *Dynasty*, *Dallas* and the others. They succeeded in producing local programs geared to market needs with revenues coming from a population of 5 million.

Today, since Télé-Métropole was authorized to enter France on one of its national channels, it is easier for us to share the cost of some productions with them. However, it will be possible for some productions only simply because they need French programming and we need Quebec programming.

• 1625

Cela ne veut pas dire que ce n'est pas possible. Cela s'est déjà fait. Deux de nos productions ont été vendues et il y en aura d'autres. Certains contenus sont d'intérêt général, comme les spectacles, les variétés et autres. Ces émissions peuvent se faire en coproduction avec des partenaires étrangers.

Mme McDonald: Je veux poser une question sur les services spécialisés. Vous avez au-delà de 700,000 abonnés au Québec, ce qui représente un pourcentage très élevé des abonnés francophones au câble. Un détenteur d'une licence de services spécialisés peut-il offrir ces services sans conclure une entente avec vous? Je me demande si votre place sur le marché ne vous donne pas en quelque sorte un droit de veto sur le plan des services spécialisés. Donc, un détenteur d'une telle licence peut-il offrir le service sans conclure une entente avec vous, à moins que le CRTC exige que vous diffusiez ce service?

C'est toute la question du conflit d'intérêts possible entre vos responsabilités envers le CRTC et ce pouvoir.

That does not mean that it is not possible. It has been done before. Two of our productions have been sold and there will be others. Some contents are of a general nature, such as entertainment, variety shows et cetera. That kind of programming can be done as a co-production with foreign partners.

Ms McDonald: I would like to put a question on specialty services. You have more than 700,000 subscribers in Quebec, which is a very high percentage of French speaking cable subscribers. Can a specialty services licensee offer his products without signing an agreement with you? I am wondering if your share of the market does not give you a kind of veto as far as specialty services are concerned. So, could such a licensee offer his service without coming to terms with you, unless it is required by the CRTC?

It is the whole question of the possible conflict of interest.

[Text]

M. Chagnon: Votre préoccupation concernant le Groupe Vidéotron est hypothétique. Tout à l'heure, durant mon exposé, j'ai dit que le groupe se préoccupait, depuis 23 ans, d'offrir le maximum de diversité de services de haute qualité sa clientèle. On est loin d'avoir refusé l'accès. Il nous a fallu nous-même innover parce que personne ne voulait produire ces contenus.

Aujourd'hui, alors que le financement serait fait par les abonnés, tout le monde vient parce qu'il y a de l'argent quelque part. Comme votre Comité le sait sans doute, l'été dernier, on a dit au CRTC qu'on avait soutenu des services qu'on diffusait auparavant. On parle du canal des sports en particulier. Par exemple, le canal de musique était disponible au Québec en anglais seulement, et il ne leur était pas possible, au point de vue financier, de nous donner une version française. On les a donc subventionnés pour qu'on puisse avoir, au Québec, un peu de contenu francophone sur le canal de musique.

Mme McDonald: Vous ne répondez pas à ma question.

M. Chagnon: Vous me parlez de probabilités. Il ne fait aucun doute que si Vidéotron, avec ses 700,000 abonnés, n'offre pas un service payé par sa clientèle, le service ne lèvera pas de terre au Québec. Là-dessus, je suis d'accord avec vous. Je vous dis simplement que depuis 23 ans, on a fait preuve de beaucoup d'ouverture d'esprit. On a même commencé à offrir des services qu'on n'avait pas produits et que personne ne voulait produire.

Aujourd'hui on est prêts à appuyer tous ces services qui nous sont présentés. Je parle de la musique, je parle du canal des sports. En ce qui concerne le canal pour enfants, on avait une objection de principe. Le contenu n'était pas complémentaire à celui des radiodiffuseurs. C'était faire concurrence aux radiodiffuseurs, et telle n'a pas été notre philosophie depuis 23 ans. Quelqu'un peut me dire que j'ai tort, et je pourrai l'accepter, mais depuis 23 ans, on a toujours offert une programmation complémentaire à celle des radiodiffuseurs. Ce ne sont pas des longs métrages qu'on voulait offrir aux enfants, mais un canal éducatif et divertissant en même temps, avec des budgets correspondant à ce que nos clients veulent payer. On avait donc un conflit, et on a dit au CRTC: Ce canal, on désire continuer à l'offrir, pour les raisons que je viens de vous expliquer, soit le prix et la complémentarité de l'objectif.

Pour démontrer au Conseil notre ouverture d'esprit, on lui a proposé d'offrir tous les services spécialisés immédiatement après les canaux prioritaires offerts sur le câble, qui sont des canaux locaux. Tous les canaux américains, qui étaient à des positions 14 et autres, sont déplacés vers le haut de la bande pour donner encore plus d'accès au contenu canadien, aux services spécialisés.

Notre programme triennal dont je viens de vous parler est important pour notre groupe. C'est un programme de 35 millions de dollars répartis sur trois ans qui va nous permettre d'ajouter 16 canaux additionnels pour faciliter davantage l'accès. Notre philosophie ne date pas d'hier. Cela fait 23 ans qu'on offre la plus grande diversité de

[Translation]

Mr. Chagnon: Your concern about the Videotron group is hypothetical. In my statement, I said that the group has been trying for 23 years to offer the maximum number of high quality services to its customers. We are far from having refused access. We even have had to innovate because nobody wanted to produce those shows.

Today, because financing will be coming from subscribers, everybody wants a piece of the pie. As your committee is no doubt aware, last summer we told the CRTC that we have supported services we were broadcasting beforehand. We are talking about the sports channel more particularly. For example, the music channel was available in Quebec in English only, and they could not financially offer it in French. So we financed them in order to have some French content on the music channel in Quebec.

Ms McDonald: You are not answering my question.

Mr. Chagnon: You are talking about what could happen. Obviously, if Videotron, with 700,000 subscribers, refuses to offer a service to be paid for by its clients, that service will go nowhere in Quebec. Here I agree with you. I was only saying that we had shown, during the last 23 years, that we were very open minded. We even started offering services that we had not produced and that nobody wanted to produce.

Today, we are ready to support all services presented to us. I am talking about music, I am talking about sports. In terms of the children's channel, we objected to it in principle because the content was not complementary to the broadcasters. It would have been in competition with the broadcasters and that goes against the philosophy we have held for 23 years. You may say I am wrong, and I could accept that, but for 23 years we have always provided programs which are complementary to the broadcasters. We were not getting ready to show feature films to children, but, rather, educational and entertainment programs, with budgets based on what our customers are willing to pay. So there was a conflict, and we told the CRTC: We want to continue providing that channel for the reasons I just explained: price and the fact it is complementary.

To show the CRTC we were really open minded, we offered to broadcast all specialty services immediately after the channels given priority rating, that is the local channels. All American channels, they're position 14 and higher, were to be moved even higher to give access to Canadian content and to specialty services.

The three-year plan I just talked about is very important to our group. That plan will provide \$35 million over three years which will allow the addition of 16 supplementary channels to promote access. Our philosophy is not a recent thing. For 23 years now, we have been trying to offer the greatest possible diversity of

[Texte]

services possible à la clientèle. Mais aujourd'hui, tout le monde veut offrir des services.

[Traduction]

services to our customers. But nowadays, everyone wants to provide services.

• 1630

Mme McDonald: En ce qui a trait au marché francophone à l'échelle internationale, face à la popularité des émissions américaines partout dans le monde mais surtout en France, en Europe, que peut-on faire pour affronter cette situation? Le Canada a-t-il quelques chances de faire la concurrence aux Américains?

M. Chagnon: Certaines émissions américaines, par exemple *Dallas*, *Dynasty*, *The Cosby Show*, ont des budgets extraordinaires, en fonction d'un marché de 250 millions d'auditeurs.

Je dois attirer votre attention sur un fait. Au Québec, sur 30 émissions en tête, d'après le dernier BBM du printemps dernier, 22 sont des émissions produites au Québec, par des Québécois, pour des Québécois. Ce ne sont pas des budgets à la *Cosby Show*, à la *Dynasty* ou autres. Les Québécois ont appris à être plus innovateurs, plus créateurs. Ils cherchent des idées plutôt que des budgets, car les budgets, on ne les a pas et on ne les aura jamais. On sera toujours cinq millions; on ne sera jamais 250 millions au Québec. En France, ils sont 55 millions et ils ont la même préoccupation: comment produire des dramatiques en France en concurrence avec les Américains? Les Français devront aussi être innovateurs pour concurrencer les Américains qui sont très puissants financièrement et qui ont accès à un marché local très important. Leur programmation est entièrement amortie chez eux, et ils peuvent, par *syndication*, l'offrir à un prix très bas. Nos budgets seront toujours très limités. Nous devons nous battre comme nous l'avons toujours fait. Mais c'est possible. Vous n'avez qu'à regarder les résultats des radiodiffuseurs québécois. Ils ont réussi à faire une programmation pour les Québécois avec un budget dont une très petite partie vient de l'extérieur. On dit que les producteurs indépendants vont nous offrir, grâce à la participation de Téléfilm Canada, des contenus canadiens. Il y a peu de chances qu'ils puissent vendre ces contenus à l'extérieur.

Le président: Merci, monsieur Chagnon, madame McDonald.

Mr. Caldwell, you have the privilege of asking the double-distilled questions.

Mr. Caldwell: One of the things we have to come to grips with is writing a report at the end of all this as to where the industry is heading. When we get a witness like you, sir, it does not help our situation much, because the technology and things are so advanced. My colleague, Mr. Blackburn, is still worried about getting a reporter up to the Lac-St-John area, and he is still back in the 1920s and the 1930s. You are into the 21st century, almost, with technology.

Ms McDonald: With respect to the francophone international market, given the popularity of American programs throughout the world, especially in France, in Europe, how can we deal with the situation? Does Canada have any chance of competing with the Americans?

Mr. Chagnon: Some American programs, like *Dallas*, *Dynasty* and *The Cosby Show*, have tremendous budgets, based on a market of some 250 million viewers.

But I should draw your attention to one fact. In Quebec, of 30 leading programs, based on the latest BBM ratings of last spring, 22 are programs produced in Quebec by Quebecers and for Quebecers. They do not have budgets like those of the *Cosby Show*, *Dynasty* or other such programs. Quebecers have learned to be more innovative and creative. They seek ideas, rather than big budgets, because we simply do not have those big budgets, and we never will. There will always be only five million of us; there will never be 250 million of us in Quebec. In France, they have a population of 55 million, but they still have the same concern: How does one go about producing dramas in France that can compete with American programs? The French too will have to be innovative if they expect to compete with the Americans, who have tremendous financial power, as well as access to a very large local market. They recoup the entire cost of their programming at home, and can then offer it for syndication at a very low price. Our budgets are always extremely limited. We have to struggle, just as we have always done. But we can do it. Just look at the kind of results Quebec broadcasters are getting. They have managed to create programs for Quebecers with budgets of which only a small part comes from outside. We are told independent producers are going to provide us with Canadian content, through the participation of Telefilm Canada. But it is highly unlikely that they will be able to sell that content abroad.

The Chairman: Thank you, Mr. Chagnon and Ms McDonald.

Monsieur Caldwell, vous aurez le privilège de poser les questions les plus subtiles.

M. Caldwell: L'une des questions avec lesquelles nous devons absolument venir aux prises avant de rédiger notre rapport, c'est la question de l'orientation future de l'industrie. Un témoin comme vous, monsieur, ne nous aide pas tellement, puisque votre technologie et vos services sont tellement avancés. Mon collègue, M. Blackburn, s'inquiète toujours de la possibilité d'envoyer un journaliste dans la région du Lac St-Jean; alors lui, il est encore dans les années 20 ou 30. Vous, par contre, vous êtes en plein dans le XXI^e siècle, avec votre technologie avancée.

[Text]

I suppose it is a matter of how we come to grips with all of this, with writing some policies, or trying to recommend some policies to the government, not putting people like you in a straitjacket. That is the problem we have to deal with.

I do not know how we are going to deal with it, but I would like to ask you about it. What should the government do regarding regulations of the industry? Where do we go? Do you have the fear that we may regulate you out of business?

Mr. Chagnon: If you put us in a straitjacket, I will not be here tomorrow, because there is so much we can do.

I believe regulation has been in place for a long time. It was there before the CRTC in 1968. We started on cable in 1963-1974, and I believe there was enough flexibility to the system to adapt to special conditions. Conditions sometimes could be the language. Sometimes it could be the operator who wanted to offer a larger diversity of services to his customer, but the market will always be the one that will respond to those preoccupations but—

Mr. Caldwell: Well, there are those who would like to say let the market take its place, but there are those who like regulations.

• 1635

Mr. Chagnon: I mean, that is my feeling, my perception, that a problem is expressed at one point very strongly and people tend a bit to make it a general case—let us regulate so this thing will not happen. But I do not believe the system is in too much difficulty.

Mr. Caldwell: Jeopardy. You know what governments do to monopolies, I am sure. They write bills up and make them live under special legislation.

Mr. Chagnon: But, look, there was concentration in the broadcasting industry. Maclean Hunter is there, Vidéotron, Rogers Cable and so on. I do not hear that much complaint. We do not hear it at our end anyway that concentration is bad. I believe we are still a very small country. There was preoccupation with production. Still we are 25 million in Canada, and 5 million in Quebec. We cannot have small units if we want to do things that are important to develop.

Of course, we have a different vision that we can develop those programs to satisfy our customers. We have to recognize that the expertise can help us to go international with those services, help us to start selling programs that would not have sold because of not being cable. Cable was what opened the door in France and will open the door tomorrow in the U.K.

Mr. Caldwell: Let me ask you, sir, a philosophical question. Do you feel that Canadians, wherever they

[Translation]

Il s'agit donc de venir aux prises avec cela, avec la définition de politique que l'on pourra recommander au gouvernement, sans que ces politiques vous enferment dans un carcan. Voilà le problème que nous avons à régler.

Je ne sais pas comment nous allons le régler, mais j'aimerais vous poser quelques questions là-dessus. Qu'est-ce que le gouvernement devrait faire en ce qui concerne la réglementation de votre industrie? Quelle orientation devrions-nous prendre? Craignez-vous qu'on vous réglemente trop, de sorte que vous ne puissiez plus travailler?

M. Chagnon: Je peux vous dire que si vous nous mettez dans un carcan, je ne serai pas là demain, car on peut faire tant de choses.

Je crois que les règlements actuels existent depuis longtemps. Ils existaient avant même que le CRTC soit créé en 1968. Nous avons lancé la câblodistribution dans la période de 1963 à 1974, et je crois qu'on avait suffisamment de souplesse pour s'adapter à des conditions spéciales, entre autres, la langue. C'est parfois le câblodistributeur qui veut offrir une plus grande gamme de services à ses abonnés, mais ce sera toujours le marché qui réagit à ces préoccupations. . .

M. Caldwell: Eh bien, certains pensent qu'il faut laisser le marché libre, mais d'autres aiment les règlements.

M. Chagnon: C'est précisément ce que je pense, il peut arriver qu'on insiste particulièrement sur un problème et les gens ont tendance à généraliser; pour éviter que cela ne se produise, il faut réglementer. Mais à mon avis, le système n'est pas tellement en difficulté.

M. Caldwell: En danger. Vous savez ce que les gouvernements font aux monopoles, j'en suis certain. Ils adoptent des lois, ils les forcent à respecter des lois spéciales.

M. Chagnon: Mais écoutez, il y a eu une certaine concentration dans l'industrie de la radiodiffusion. Vous avez MacLean Hunter, Vidéotron, Rogers Cable, etc. Je n'entends pas tellement de plaintes. Personne ne semble penser, du moins chez nous, que la concentration soit une mauvaise chose. Nous sommes toujours un très petit pays. La production a posé certains problèmes; n'empêche que nous sommes 25 millions au Canada, dont 5 millions au Québec. Si nous voulons faire des choses importantes, nous ne pouvons nous contenter de petites unités.

Bien sûr, nous voyons les choses d'un autre point de vue, nous pensons pouvoir offrir à nos clients des programmes qui les satisferont. Si nous faisons appel aux compétences voulues, nous pourrions internationaliser ces services, et vendre des programmes qui, sans le câble, n'auraient pas été vendus. Le câble a ouvert la porte en France, et l'ouvrira demain au Royaume-Uni.

M. Caldwell: Je vais vous poser une question philosophique. Pensez-vous que les Canadiens ont le droit

[Texte]

might live, have the right to watch anything or everything that is available to them technically? Do you think if they can get it through technology, they should be able to see it?

Mr. Chagnon: Certainly I recognize your preoccupation, not have highways in Lac-St-Jean that... There is some limit to what could be available to everybody. But everybody is trying to do what is feasible, so it takes some time. But in Montreal, with our vision, we put a microwave system in Montreal that interconnects a very small cable system. Usually the industry cable territory has about 75 households per mile, and we have cable territory at 10 households per mile. It has been possible to get interconnected systems, so everybody in that territory has all the same programming. But I am not in Chibougamau yet.

Mr. Caldwell: The question I guess I am getting at is that across the country, of course, we ran into Cancom every place we went, whether it be in the Yukon or... We did not go to Baffin Island, but I hear it is up there too, where you have young natives walking around talking with a Detroit accent and understanding how to figure out the Detroit news. I am sure you will have the same situation if you are going to pipe Montreal up into my friend's area here. He does not want to act like a Montrealer, he wants to act like a Lac-St-Jean person. Anyway, that is another question.

Also, you are on the leading edge of technology. There is no doubt about that. But you know you always have to be looking over your shoulder at what is coming behind you. When we were in Windsor, Ontario, in Detroit—I am sure you can follow this—they are building a tower called the Motower to put up a multiple distribution system, MDS, which can put out some 30 to 40 channels. It is a very cheap system of doing it that costs you something like \$120 for an aerial to receive this material. Can you see that happening, say, in an area like Montreal, which is a very large metropolitan area?

Mr. Chagnon: If the cable operator does his job right—I use that expression—that satisfies the needs of his customers, provides a large diversity of services and, furthermore, provides tomorrow and very soon, interactive services, those systems will never be interactive. It is the same thing. You could have a very large shopping centre in your area, while you still have many small stores. But that shopping centre is what cable could be tomorrow, electronically, for entertainment, for information and so on. So if the industry does the job right, it is the cheapest electronic pipeline to the home and it has all that flexibility to provide all those services. And that could include voice, because in England with our partner, on account of regulation, cable can offer voice communication and the system can provide that. It is data, digital information.

• 1640

So to answer your question, all the MDS in the States that were there before cable were in the 100 top markets.

[Traduction]

de voir absolument tout ce que la technologie est en mesure de leur livrer, quel que soit l'endroit où ils vivent? Pensez-vous que si les problèmes technologiques sont surmontés, cela devient un droit?

M. Chagnon: Je comprends que cette question vous intéresse, sans autoroute au Lac St-Jean qui... Il y a évidemment des limites, mais on cherche à faire tout ce qui est possible, et cela prend du temps. Mais à Montréal, nous avons su prévoir, nous avons mis sur pied un système à micro-ondes qui constitue un réseau pour un très petit système de câble. Dans l'industrie du câble, un territoire normal a environ 75 foyers par mille, dans notre territoire nous avons 10 foyers par mille. Néanmoins, nous avons pu relier les systèmes et dans ce territoire tout le monde a la même programmation. Mais je ne suis pas encore à Chibougamau.

M. Caldwell: Dans nos déplacements, partout nous avons rencontré Cancom, qu'il s'agisse du Yukon ou bien... Nous ne sommes pas allés à l'île de Baffin, mais j'entends dire qu'ils sont installés là-bas également, et qu'on y trouve de jeunes autochtones qui parlent avec un accent de Detroit et qui comprennent très bien les nouvelles de Detroit. Et si vous branchez la région de mon collègue sur Montréal, vous aurez la même situation. Il ne veut pas se comporter comme un Montréalais, il veut rester un Jeannois. Quoi qu'il en soit, c'est une autre question.

Vous aussi, vous êtes à la pointe de la technologie, cela ne fait pas de doute. Mais vous savez que vous devez toujours regarder par-dessus votre épaule pour vous assurer que vous n'êtes pas talonnés par quelqu'un d'autre. Nous sommes allés à Windsor, Ontario et à Detroit où on construit une tour, la *Motower** qui servira à un système de distribution multiple et pourra acheminer 30 à 40 canaux. C'est un système très économique et l'antenne réceptrice coûte environ 120\$. Est-ce que vous pensez que ce genre de chose serait possible dans une région comme Montréal, un grand centre métropolitain?

M. Chagnon: Si l'exploitant de câble fait bien son travail—et j'utilise l'expression à dessein—c'est-à-dire s'il satisfait ses clients, s'il leur offre toute une gamme de services et, très bientôt, des services interactifs, ces systèmes ne deviendront jamais interactifs. C'est la même chose. Vous pourriez avoir un très grand centre d'achats et en même temps, conserver beaucoup de petits magasins. Mais ce centre d'achats, c'est le câble de demain, le lecteur électronique pour des programmes de divertissements, d'information, etc. Si l'industrie fait bien son travail, c'est le canal électronique le plus économique pour atteindre les foyers, et il offre la possibilité de tous ces services. La voix pourrait en faire partie car en Angleterre, avec notre associé, à cause de la réglementation, le câble peut offrir la communication audio. Ce sont des données, des informations numériques.

Ainsi, pour répondre à votre question, tous les systèmes multidirectionnels américains qui existaient avant

[Text]

Most of them have disappeared. There are not many left because cable could provide a much cheaper service. That is the only reason. Furthermore, there is a larger diversity of services.

Our preoccupation has been to offer that diversity of services and that includes interactive services. MDS will never provide that.

Mr. Caldwell: What do you think would be the worst thing that could happen to your industry, as far as regulation is concerned? If we made a recommendation to the Minister, what would be the worst thing we could do?

Mr. Chagnon: Without the regulations Vidéotron has been using earth microwave, satellites, all the distribution technology, but we had the opportunity to negotiate with the common carrier. When Miss McDonald talked about programming, we had the opportunity to negotiate with everybody who was producing that content with us for the last 12 years and we built an excellent relationship. We had the possibility of going elsewhere if they did not produce the quality at the price we could pay or subscribers would pay. So with technology, with the system that is in place now, we have been negotiating for satellite and earth microwave, because there was competition between those two. With regard to earth microwave, different companies were providing those services. So we could negotiate with them again.

If you were to say to Bell Canada, put in fibre optics and everybody will have to go through that pipe. . . I do not know why we should make that mistake in Canada. They are doing it in France and in the U.K. and they are losing their shirts. I do not have to prove that. If you want more information, I can provide it. Nobody is going electronically with fibre optics to the home in order to provide all those services.

We have two excellent distribution systems in place right now and they are complementary. Leave it that way. If at one time down the road the cable and the telephone companies feel they should work together, it will happen. But if you just make it happen, it will happen at a cost that Canadians cannot afford to pay. The French cannot afford to pay it and they are stuck with the situation. In the U.K. it is a private corporation now, and they decided to pull out of fibre for that particular reason.

Mr. Caldwell: You mentioned the stock market. Just out of interest, is Vidéotron on the stock market?

Mr. Chagnon: Yes, it is.

Mr. Caldwell: How did it do yesterday?

Mr. Chagnon: It went as low as $8\frac{1}{4}$ and it is back to $11\frac{1}{2}$ today.

The Chairman: Mr. Chagnon, we have had an interesting hour or so and I know there will be a wish on the part of members to send you some more questions in writing, and we would very much appreciate your responding. But since I said that I would ask, I am going

[Translation]

l'arrivée du câble existaient dans les 100 principaux marchés. La plupart d'entre eux ont aujourd'hui disparu. Il n'en reste pas beaucoup car le câble est beaucoup plus économique. C'est la seule raison. De plus, il offre une plus grande diversité de services.

De notre côté, nous nous sommes efforcés d'offrir cette diversité de services, y compris les services interactifs. Les systèmes multidirectionnels n'offriront jamais ce type de services.

M. Caldwell: À votre avis, qu'est-ce qui pourrait arriver de pire à votre industrie en matière de réglementation? Lorsque nous ferons des recommandations au ministre, qu'est-ce que nous pourrions faire de plus grave?

M. Chagnon: En l'absence de réglementation, Vidéotron a utilisé les micro-ondes terrestres, les satellites, toute la technologie de la distribution, mais nous avons eu la possibilité de négocier avec le transporteur ordinaire. Quand M^{me} McDonald a parlé de programmation, nous lui avons dit que nous avions pu négocier avec tous ceux qui, depuis 12 ans, nous fournissent et que nos relations sont excellentes. Si nos fournisseurs ne réussissaient pas à nous offrir la qualité à un prix abordable pour nous ou pour nos abonnés, nous pouvions nous adresser ailleurs. Maintenant, ce système étant en place, nous avons négocié pour le satellite et les micro-ondes terrestres parce que les deux technologies se faisaient concurrence. Dans le cas des micro-ondes, plusieurs compagnies offraient les mêmes services. Là encore, nous avons pu négocier.

Si vous disiez à Bell Canada: Installez des fibres optiques, tout le monde devra passer par là. . . Nous ne voyons pas de raison de faire cette erreur au Canada. C'est ce qui se fait actuellement en France et au Royaume-Uni, et ils y perdent leur chemise. Nous n'avons pas besoin de prouver cela. Si vous voulez des informations, nous pouvons vous les donner. Personne n'a besoin de passer par les fibres optiques pour assurer ces mêmes services.

Nous avons deux excellents systèmes de distribution qui existent déjà, qui se complètent. N'y touchons pas. Si, plus tard, le câble et les compagnies de téléphone pensent devoir travailler en collaboration, cela se fera. Mais si vous forcez les choses, vous forcerez les Canadiens à payer un prix excessif. Les Français n'en ont pas les moyens et, pourtant, ils n'ont plus le choix. Au Royaume-Uni, c'est une société privée qui s'en occupe actuellement et, pour cette raison même, elle a décidé d'abandonner les fibres.

M. Caldwell: Vous avez parlé de la bourse. Par simple curiosité, est-ce que Vidéotron est coté en bourse?

M. Chagnon: Oui.

M. Caldwell: Et que s'est-il passé hier?

M. Chagnon: Le cours est descendu à $8\frac{1}{4}$, mais, aujourd'hui, il est remonté à $11\frac{1}{2}$.

Le président: Monsieur Chagnon, nous venons de passer une heure très intéressante et je suis certain que les députés auront d'autres questions à vous poser par écrit, alors nous vous saurions très gré d'y répondre. Mais j'ai promis de poser ces questions, je vais donc tenir ma

[Texte]

to keep my promise. I will just put these on the record and maybe you could respond to them in writing too, as part of it.

Mr. Chagnon: We will do that.

The Chairman: I would like to know what you think of the suggestion recently restated by the Minister of Communications, that the licence fees paid by broadcasters be increased, but made repayable in part or in whole if a certain level of Canadian content is achieved in the programming. That is question number 1.

Question number 2 has to do with the concept of a distinct society, and I would like to have your views on the CRTC cable carriage rules within the framework of a distinct society. Should those rules be adapted for a French-language market? Should priority be given to French-language signals over English-language signals, be they Canadian or American? And I of course would guess you would respond to that in the context that you are doing business in various parts of the country, not only in this distinct society. . . Sometimes Albertans think they have a distinct society too.

Thank you very much, Mr. Chagnon and Mr. Desjardins. We look forward to seeing some of your operation after we finish our sittings here this evening.

Mrs. Finestone: Do we have time for my question?

The Chairman: Oh, yes. I apologize. I said Mrs. Finestone could put a question on the record for a written response.

Mrs. Finestone: For a written response.

The Chairman: Yes.

Mrs. Finestone: There was the question of *l'étagement*. You have said that you were going to extend your capacity to 52 channels. You are offering both *divertissement* and *action service*.

• 1645

We would like some suggestion from you, as we will be looking at re-tiering, how you would see that, and where the placement of obligatory carriage and discretionary carriage, as well as pay carriage, ought to appear on such a channel. That will be my first question.

My second question was about re-transmission rights. As we have determined there will be re-transmission rights paid by Canadians to Americans, based on the concept of pirating of signals, *piratage des signaux*, I would like some indication from you what the financial impact would be; whether the number of American signals you carry will be diminished; and what criteria that would indicate re-transmission rights by a cable operator should be indicated. If you get it off rabbit ears,

[Traduction]

promesse. Je vais simplement vous les donner, vous pourrez peut-être y répondre par écrit.

M. Chagnon: Certainement.

Le président: J'aimerais savoir ce que vous pensez de la récente suggestion de la ministre des Communications, qui pense que les frais de licence payés par les radiodiffuseurs pourraient augmenter mais être remboursables en partie ou en totalité si le contenu canadien de la programmation atteint un certain niveau. Voilà pour la première question.

Deuxième question, il s'agit du principe de la société distincte; j'aimerais savoir ce que vous pensez de l'idée des règles du CRTC relatives au câble dans le contexte d'une société distincte. Faut-il adapter ces règles à un marché francophone? Faut-il donner aux signaux francophones la priorité sur les signaux anglophones, qu'ils soient canadiens ou américains? Et bien sûr, j'imagine que vous tiendrez compte dans votre réponse du fait que vous travaillez dans plusieurs régions du pays et non pas seulement dans la région de la société distincte. . . Il arrive aussi aux gens de l'Alberta de penser qu'ils appartiennent à une société distincte.

Merci beaucoup, monsieur Chagnon, monsieur Desjardins. Lorsque la séance de ce soir sera terminée, nous aurons le plaisir d'aller visiter vos installations.

Mme Finestone: Est-ce qu'il reste du temps pour ma question?

Le président: Oh, oui. Excusez-moi. J'avais dit à M^{me} Finestone qu'elle pourrait poser une question à laquelle vous répondriez par écrit.

Mme Finestone: Par écrit.

Le président: Oui.

Mme Finestone: À propos du *tiering*, vous avez dit que vous alliez passer à 52 canaux. Vous offrez à la fois des programmes de divertissement et des programmes de services.

Nous aimerions avoir des suggestions, car nous allons remettre en question l'étagement; comment verriez-vous les choses, comment organiseriez-vous les transmissions obligatoires, les transmissions à discrétion et également les transmissions payantes d'un tel canal? Voilà pour ma première question.

Ma deuxième question porte sur les droits de suite. Comme nous l'avons déterminé, les Canadiens vont payer des droits de suite aux Américains pour empêcher la piraterie des signaux. À votre avis, quels seront les effets économiques de cette mesure, et allez-vous diminuer le nombre des signaux américains que vous acheminez; d'autre part, comment va-t-on fixer les droits de suite versés par un exploitant de câble? Si cela ne passe plus par les oreilles de lapin, est-ce que cela élimine toute

[Text]

does that mean no re-transmission? If you have transported it into Chicoutimi—Lac-St-Jean, does that mean pay?

The Chairman: We must move on now, in this break-neck life we lead, to our next set of witnesses.

Nous accueillons maintenant les témoins de l'Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française dont le président est M. Bernard Montigny.

Bonjour monsieur Montigny. Nous vous souhaitons la bienvenue. Voulez-vous nous présenter vos collègues, après quoi vous ferez une brève allocution, s'il vous plaît.

M. Bernard Montigny (président, Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française): Merci, monsieur le président.

Mesdames et messieurs les membres du comité, je suis Bernard Montigny, président de l'Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française. M'accompagnent aujourd'hui la vice-présidente pour la radio, maître Monique Després de Télémédia; à sa gauche, maître Liette Champagne de Télémédia. Voici M. Michel Arpin, de Radiomutuelle, Planification et communications; le vice-président exécutif de l'ACRTF, M. Jean R. Normandeau; à ma droite, le vice-président pour la télévision de l'ACRTF et vice-président du groupe COGECO, M. Louis Audet; et à sa droite, M. Gilles Grégoire, coordonnateur du réseau à Quatre Saisons.

• 1650

Nous avons deux présentations à vous faire, aujourd'hui. Une présentation du comité radio de l'ACRTF qui sera faite par Me Després, et une présentation du comité télévision de l'ACRTF par M. Louis Audet. Je cède tout de suite la parole à Me Després.

Me Monique Després (vice-présidente, Télémédia Communications Inc.): Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, je tiens à vous exprimer nos remerciements pour avoir accepté de nous entendre et surtout pour l'intérêt que vous manifestez à l'endroit de notre Association. Les radiodiffuseurs de langue française ont le devoir de vous faire connaître leur position sur certaines des recommandations du rapport Sauvageau-Caplan, compte tenu de l'impact que celles-ci pourraient avoir sur leurs opérations et sur leur développement au sein du Service canadien de la radiodiffusion. Et il nous fait plaisir d'être ici avec vous aujourd'hui.

Les radiodiffuseurs francophones sont peu nombreux par rapport à l'ensemble des radiodiffuseurs canadiens et ils doivent vivre avec des contraintes linguistiques, culturelles, économiques, sociologiques et démographiques différentes de celles qui prévalent ailleurs au Canada. Malgré ces contraintes et sans doute à cause de ces contraintes, ils ont créé un système de radiodiffusion francophone qui est dynamique, innovateur et avant-gardiste. Ils en sont très fiers.

[Translation]

retransmission? Si vous parvenez à Chicoutimi—Lac-Saint-Jean, faudra-t-il payer?

Le président: Le train d'enfer que nous menons nous oblige à passer tout de suite aux témoins suivants.

We now welcome the witnesses from the Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française, whose president is Mr. Bernard Montigny.

Good afternoon, Mr. Montigny. You are very welcome. Would you like to introduce your colleagues and then, make a short statement.

Mr. Bernard Montigny (President, Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française): Thank you, Mr. Chairman.

Ladies and gentlemen, members of the committee. I am Bernard Montigny, President of the Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française. Today, I have with me the Vice-Chairman for radio, Ms Monique Després from Télémédia; to her left, Ms Liette Champagne from Télémédia. This is Mr. Michel Arpin, from Radiomutuelle, planning and communications; the executive vice-president of the ACRTF, Mr. Jean R. Normandeau; to my right, the vice-chairman for television of the ACRTF and the vice-chairman of the COGECO group, Mr. Louis Audet; and to his right, Mr. Gilles Grégoire, co-ordinator for the Quatre Saisons network.

Today, we have prepared two presentations. The first one from the radio committee of the ACRTF will be given by Ms Després, and the second one from the television committee of the ACRTF, by Mr. Louis Audet. I now yield the floor to Ms Després.

Ms Monique Després (Vice-Chairman, Télémédia Communications Inc.): Mr. Chairman, ladies and gentlemen, members of the committee, I wish to thank you very sincerely for hearing us today and especially for the interest you are taking in our association. French-language broadcasters have an obligation to make their position regarding certain recommendations of the Sauvageau-Caplan report known to you, given the impact these recommendations could have on their operations and their development within the Canadian broadcasting service. Therefore, we are very pleased to be here today.

There are few French-language broadcasters compared to all the Canadian broadcasters, and they must live with linguistic, cultural, economic, sociologic and demographic constraints that are different from those encountered elsewhere in Canada. Nevertheless, in spite of these constraints, and probably because of them, they have created a French-language broadcasting system that is at once dynamic and sophisticated. They are very proud of this achievement.

[Texte]

Vous n'êtes pas sans savoir que les radiodiffuseurs francophones ont dû développer leurs propres sources d'information et de programmation. À cette fin, ils ont initié des formes de programmation qui n'existent pas ailleurs au Canada, et leur initiative est allée aussi loin que la création des réseaux radiophoniques, dont la contrepartie n'existe pas encore au Canada anglais.

Nous sommes heureux de constater que le groupe de travail Sauvageau-Caplan reconnaisse que la réalité à laquelle les radiodiffuseurs francophones sont confrontés est différente de celle qui est vécue par les radiodiffuseurs anglophones. Toutefois, nous tenons à préciser que les stations de radio francophones ne devraient pas, pour cette raison, faire l'objet d'une réglementation distincte. La reconnaissance de cette réalité distincte doit continuer de s'exercer dans un contexte réglementaire canadien et unique.

Parmi les recommandations du groupe de travail qui font l'objet de votre examen à l'occasion de cette deuxième phase de vos travaux, nous avons, dans le document qui vous fut remis aujourd'hui, commenté celles qui préoccupent plus particulièrement l'industrie de la radio de langue française. Dans le cadre de notre présentation cet après-midi, nous avons tenté de résumer nos commentaires qui font l'objet de ce document.

Relativement au chapitre sur la radio privée. Le groupe de travail Sauvageau-Caplan recommande de conserver la distinction actuelle entre la radio AM et la radio FM et de revoir périodiquement le statut de la radio AM. Nous acceptons qu'une distinction soit faite entre la radio AM et la radio FM. Étant donné les difficultés sans cesse croissantes des stations AM, la situation de ces dernières pourrait être révisée périodiquement afin de tenir compte de son évolution.

Le rapport contient plusieurs recommandations relativement au contenu canadien, au format et à la musique vocale de langue française.

• 1655

En tout premier lieu, nous vous rappelons que contrairement à ce que plusieurs personnes semblent croire, la musique n'est ni l'élément de base ni la seule constituante de la programmation d'une station de radio; cette dernière est composée d'un ensemble d'éléments et la musique n'est que l'un d'entre eux.

Relativement au contenu canadien, le groupe de travail recommande que les exigences actuelles du contenu canadien soient maintenues. Étant donné le contexte dans lequel les radiodiffuseurs francophones doivent opérer, les normes imposées à ce titre ne doivent pas être plus onéreuses pour les radiodiffuseurs francophones que pour les radiodiffuseurs anglophones.

Les formats: La classification des stations à l'aide de formats a permis d'amener une diversification et une complémentarité des différentes composantes du système de la radio. Cette situation peut être maintenue,

[Traduction]

As you know, French-language broadcasters have had to create their own sources of information and programming. To this end, they have created some forms of programming that do not exist elsewhere in Canada, and they went as far as creating entire radio networks that still have no counterpart in English-speaking Canada.

We are pleased to see that the Sauvageau-Caplan group recognizes that francophone and anglophone broadcasters are differently situated. Nevertheless, we believe that French-language radio stations do not, for this very reason, warrant a separate regulation. This distinct reality must continue to exist within a single pan-Canadian regulatory context.

Among the recommendations of the working group that you are now studying in this second phase of your work, we have commented on those of particular interest to French-language radio. In our presentation this afternoon, we have tried to sum up the content of our document that you received today.

Concerning the section on private radio, the Sauvageau-Caplan working group recommends that we maintain the distinction between AM and FM radio and that we regularly review the status of AM radio. We can accept the distinction between AM and FM radio. Taking into account the increasing difficulties encountered by AM stations, it does make sense to follow their evolution and review their situation periodically.

The report contains several recommendations concerning Canadian content, format and French vocal music.

To begin with, we remind you that contrary to what people seem to think, music is not the basis of programming in a radio station, nor is it the only element. A station's programming is made up of several elements, of which music is only one.

Concerning Canadian content, the working group recommends that the prevailing rules be maintained. In view of the conditions under which francophone broadcasters operate, the standards should not be harder on them than on English-language broadcasters.

Formats: Classifying stations by format has allowed for diversification and complementarity in the radio environment. This situation must be maintained, but we must take into account the fact that radio is not static, and

[Text]

mais il faut tenir compte du fait que la radio n'est pas statique et les goûts des auditeurs, de même que la musique, évoluent continuellement.

Musique vocale de langue française: Le groupe de travail Sauvageau-Caplan recommande que le minimum de chansons françaises à la radio soit fixé à 65 p. 100. Nous sommes d'avis que les mesures qui ne s'appliquent qu'aux radiodiffuseurs francophones, telle que la norme de 65 p. 100 de musique vocale de langue française, devraient être abolies et ce en priorité pour les stations AM. Les problèmes des artistes et interprètes de langue française ne seront pas réglés en imposant aux radiodiffuseurs un pourcentage de pièces musicales à diffuser.

Encore une fois, on oublie les nombreux efforts et les gestions qui ont été posés par ces radiodiffuseurs francophones pour promouvoir la chanson française et ce, sans doute parce que ces contributions sont volontaires et non comptabilisées. La «Semaine de la chanson française d'ici» est un bel exemple de ces contributions. L'ACRTF a initié la tenue de cet événement et la participation collective des radiodiffuseurs en a assuré le succès. En organisant cet événement, les radiodiffuseurs avaient pour objectifs de promouvoir les produits francophones, d'offrir aux créateurs une occasion de présenter leurs oeuvres et de stimuler chez ces derniers le dynamisme nécessaire à une augmentation en qualité et en quantité des produits de musique vocale francophone qui sont essentiels aux radiodiffuseurs de langue française.

Cette activité de promotion, qui n'a pas d'égale à ce jour, a reçu un accueil extrêmement favorable, tant des auditeurs que des milieux artistiques et industriels. Pourtant, cette activité n'était reliée à aucune obligation réglementaire.

L'imposition d'une telle norme ne permet pas de résoudre les problèmes vécus par l'industrie du disque. La musique n'étant qu'un des éléments de la programmation d'une station de radio, le CRTC devrait davantage tenir compte des efforts incalculables qui sont déployés au niveau des autres éléments de programmation, telles que les émissions de divertissement, les nouvelles, les émissions d'affaires publiques, et encourager la production de ces émissions au lieu d'inciter les radiodiffuseurs à mettre tous leurs efforts sur la musique.

Quant aux autres éléments de programmation, les membres du groupe de travail semblent croire que les radiodiffuseurs francophones copient ce qui se fait aux États-Unis. Il n'y a rien de plus faux! Les radiodiffuseurs francophones ont dû inventer et créer une programmation qui réponde aux besoins de leur auditoire.

• 1700

Les radiodiffuseurs francophones ne peuvent pas acquérir de source étrangère des services complets de programmation et ce, contrairement à ce que certains radiodiffuseurs anglophones peuvent faire. Cette programmation, ayant principalement un contenu verbal,

[Translation]

that the tastes of listeners, as well as music itself, change constantly.

French vocal music: The Sauvageau-Caplan study group recommends that a minimum of 65% French songs be imposed for radio. We believe that measures directed exclusively at francophone broadcasters, such as the 65% rule for vocal music in French, should be abolished, especially for AM stations. The problems of French-language artists will not be solved by setting quotas.

Once again, we are forgetting the many efforts and management decisions made by French-language broadcasters in order to promote French singers, probably because these efforts are voluntary and not regulated. The special week *Semaine de la chanson française d'ici* is a superb example of these efforts. It was originated by the ACRTF and the co-operation of broadcasters has made it a success. By organizing this event the broadcasters were trying to promote French products, to offer creators a forum for their work, and to stimulate them to improve the quality and quantity of French-language vocal music, which are essential to French-language broadcasters.

This promotion activity, which has not been duplicated to this day, was extremely well received by listeners as well as by the artistic and business community. Nevertheless, this success had nothing to do with regulation.

Such a standard offers no solution to the problem of the recording industry. Music being one little element only of radio station programming, the CRTC should take into account the enormous efforts being made in the other fields of programming, such as entertainment programs, news, and public affairs, and encourage the production of such programs instead of trying to get the broadcasters to concentrate on music.

As to the other elements of programming, the members of the study group seem to think that French-language broadcasters are copying what is being done in the United States. Nothing is farther from the truth. Francophone broadcasters have had to invent and produce programming which meets the needs of their viewers.

Francophone broadcasters cannot purchase packaged foreign programming as some anglophone broadcasters do. Our programming, which has a verbal content mainly, is unique in North America. It is very costly to produce but it is very popular with listeners. In Quebec

[Texte]

est unique en Amérique du Nord; elle est très cher à produire, mais elle est très appréciée des auditeurs. Au Québec, les heures d'écoute moyenne de la radio sont les plus élevées au Canada.

Puisque nous parlons de réalité distincte, nous croyons que le CRTC doit tenir compte des contraintes linguistiques, culturelles, économiques, sociologiques et démographiques qui sont imposées aux radiodiffuseurs francophones, et prendre en considération les efforts innombrables qu'ils doivent déployer pour offrir à leurs auditeurs une programmation variée et de grande qualité.

Les réseaux: Les radiodiffuseurs francophones ont été les premiers à mettre sur pied des réseaux radiophoniques. Encore aujourd'hui, le type de réseau qui existe au Québec est unique au Canada. Contrairement à ce que certaines personnes semblent croire, les réseaux ne remplaceront jamais les émissions locales. Le développement des réseaux permettra aux stations affiliées de se procurer, à un coût moindre, des émissions de qualité supérieure et de mettre leurs efforts, financiers et autres, sur la programmation locale. Ceci aura pour effet de fournir aux auditeurs un service de qualité supérieure.

Les réseaux sont, de fait, des producteurs d'émissions et une source parmi d'autres d'approvisionnement en émissions. Nous favorisons le développement des réseaux et nous croyons que les utilisateurs de ces produits doivent rendre compte au CRTC des émissions qu'ils diffusent sur les ondes de leur station, incluant les émissions réseaux, puisque ce sont eux qui décident du contenu de leur programmation.

Vente de temps d'antenne: À ce sujet, le groupe de travail recommande l'imposition de quotas qui seraient déterminés à partir de différents critères. Nous sommes en désaccord avec cette recommandation. Vous n'êtes pas sans savoir que la réglementation de la publicité à la radio a été amendée à quelques reprises au cours des dernières années et que les règles relatives aux stations FM ont été assouplies. Nous croyons qu'il est important que cette tendance se poursuive pour nous amener éventuellement à une totale liberté d'action en ce qui a trait au contenu publicitaire des stations de radio. Nous sommes persuadés que les radiodiffuseurs continueront de se comporter de façon responsable puisqu'ils seraient les premiers perdants de tout abus dans ce domaine étant à l'entière merci du comportement de leurs auditoires.

Réglementation et utilisation des conditions de licences: La réglementation doit être maintenue, mais elle doit être souple et tenir compte des réalités qui prévalent au Québec. Dans certains cas, il est peut-être approprié d'imposer des conditions de licence pour s'assurer que les objectifs recherchés par la loi sont atteints. Toutefois, ce moyen devrait être utilisé avec beaucoup de précaution. En effet, l'usage abusif de ce moyen pourrait équivaloir à une législation individuelle pour chaque station. Mal utilisé, ce moyen risque de créer rapidement un système qui est prohibitif, inéquitable et dans lequel il serait impossible pour les radiodiffuseurs de s'y retrouver.

[Traduction]

the average time spent listening to the radio is the highest in Canada.

Since we are speaking about a distinct reality, we feel that the CRTC should take into account the linguistic, cultural, economic, sociological and demographic constraints francophone broadcasters must face, as well as the great efforts they must make to provide their listeners with varied and high-quality programming.

Networks: Francophone broadcasters were the first to set up radio networks. Even today the networks existing in Quebec are unique in Canada. Contrary to what some people seem to think, networks will never replace local broadcasting. Network development will enable affiliated stations to acquire high-quality programming at less cost, leaving them free to concentrate all of their efforts on local programming. This will enable them to provide their listeners with a high-quality service.

In fact, networks are one source of programming among others. We are in favour of the development of networks and we feel that the users of these products should be accountable to the CRTC for the programs they broadcast, including network programming, since it is they who take all decisions relating to programming content.

Sale of on-air time: In this connection the task force recommends the imposition of quotas which would be determined according to various criteria. We do not agree with this recommendation. You are aware of the fact that regulations governing radio advertising have been changed several times during the past years and that rules governing FM stations have been relaxed. We feel it is important that this tendency continue, so that we will eventually end up with complete freedom of action as far as the content of radio advertising is concerned. We are convinced that broadcasters will continue to act in a responsible fashion, since they would be the main losers if there were to be any abuse as they depend entirely on their listeners.

Regulation and use of licensing: Regulation must be maintained but it must be flexible and take into account present-day Quebec realities. In certain cases, it might be desirable to impose licensing conditions in order to make sure that the objectives set out under the act are met. However, these should be used with the greatest care, as an exaggerated use of this method would be tantamount to setting up individual legislation for each station. If misused, they would very quickly lead to an exceedingly costly and inequitable system within which broadcasters would be completely lost.

[Text]

[Translation]

• 1705

La Société Radio-Canada: Le rapport contient de nombreuses recommandations à l'égard de la Société Radio-Canada. Nous n'avons pas l'intention de commenter toutes et chacune de ces recommandations.

Les radiodiffuseurs privés sont d'avis que le mandat qui est donné à la Société Radio-Canada, en vertu de la loi, est différent de celui qui est dévolu aux radiodiffuseurs privés et que les services offerts par ces deux entités doivent être distincts et complémentaires. Nous croyons que le plan de remplacement des stations affiliées à Radio-Canada devrait être complété, et ce, le plus rapidement possible, afin de permettre à la radio privée de mieux jouer son rôle.

Les stations communautaires: Nous comprenons que ces stations doivent être un complément aux autres éléments du système de radiodiffusion canadien. Toutefois, le CRTC doit continuer de s'assurer que ces stations remplissent leur mandat et qu'elles s'en tiennent au rôle qui leur est dévolu. Toute forme d'aide du gouvernement fédéral, s'il y en a, devrait être octroyée, non pas aux stations communautaires, mais à Radio-Canada et ce, pour lui permettre d'accélérer l'implantation du plan de remplacement des stations de radio francophones affiliées à Radio-Canada.

Les droits des créateurs: À notre avis, des mesures interdisant l'enregistrement et l'utilisation non autorisés des émissions de radio devraient être prévus dans la Loi sur la radio et/ou dans la Loi sur la radiodiffusion.

Pour ce qui est des droits d'auteur, nous reconnaissons que la Loi sur le droit d'auteur est désuète. Comme le démontrent les statistiques publiées par le gouvernement fédéral au cours des quatre dernières années, nous croyons important de rappeler que la situation financière des radiodiffuseurs et ce, spécialement pour les stations AM, s'est beaucoup détériorée au cours de cette période. Contrairement à ce que certaines personnes semblent croire, la capacité de payer des radiodiffuseurs n'est pas illimitée. Par conséquent, nous croyons que le législateur doit tenir compte de ce fait avant d'amender la loi et de donner suite à certaines demandes qui lui furent soumises.

Ceci résume les commentaires contenus dans le document que nous vous avons soumis aujourd'hui.

Au nom des personnes qui se sont jointes à moi et au nom des radiodiffuseurs que l'ACRIF représente, je désire vous remercier pour avoir accepté de nous recevoir aujourd'hui.

Mes collègues et moi-même sommes à votre disposition pour échanger avec vous sur toutes questions que vous voudrez bien nous poser. Merci beaucoup.

Le président: Merci. Je demanderais à M. Blackburn de commencer à poser ses questions.

The Canadian Broadcasting Corporation: The report contains a great number of recommendations regarding the Canadian Broadcasting Corporation. It is not our intention to comment on each one of these recommendations.

Private broadcasters feel that under the act, CBC has a mandate which is different from the mandate of private broadcasters and that the services offered by these two entities should be distinct and complementary. We believe that the plan to replace the stations affiliated with CBC should be completed as quickly as possible so that private broadcasting can better meet its obligations.

Community radios: We realize that these stations must complement the various elements of the Canadian broadcasting system. However, the CRTC should make sure that these stations are fulfilling their mandate and that they are not going beyond it. If there is any federal money to be distributed, it should go not to community stations but to the CBC, in order to enable them to speed up implementation of the plan to replace their affiliated francophone radio stations.

The rights of creators: We believe that the Broadcasting Act and/or the Radio Act should contain provisions making it illegal to record or make unauthorized use of radio broadcasts.

As for copyright, we recognize that the Copyright Act is outdated. According to statistics published by the federal government during the last four years, the financial situation of broadcasters, and especially of AM stations, has deteriorated significantly during this period. Contrary to what some people seem to think, there are limits to broadcasters' resources. Legislators should keep this in mind before amending the act and implementing some of the requests that were put to them.

This completes our outline of the comments contained in the document we tabled with you today.

In the name of my colleagues and in the name of all the broadcasters represented by our association, I wish to thank you for having consented to hear us today.

My colleagues and I are now open for questioning. Thank you very much.

The Chairman: Thank you. Mr. Blackburn will open the questioning.

[Texte]

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie monsieur le président et je tiens à exprimer ma reconnaissance au groupe de se présenter devant notre Comité, et de nous présenter un tel rapport.

J'ai quelques précisions à vous demander. C'est au sujet de la question du contenu, à 65 p. 100, des chansons françaises dans les stations de radio. À votre avis, il ne devrait y avoir aucune norme, aucune exigence là-dessus.

Me Després: C'est cela.

M. Blackburn (Jonquière): Mais qu'est-ce qui risque de se produire si il n'y en a pas?

Me Després: Les stations vont continuer de jouer de la musique vocale de langue française. Notre demande n'est pas due au fait qu'on ne veut plus en jouer. La demande est justifiée tout simplement parce que pour certaines stations—et spécialement pour les stations AM—cette exigence-là cause des problèmes au niveau de la programmation. Nous pensons que cette mesure-là n'apportera aucune solution au problème auquel on veut remédier. C'est ce qui explique qu'on demande à ce que ce soit aboli.

• 1710

M. Blackburn (Jonquière): Lorsque vous nous faites dites que cela vous cause des problèmes, est-ce parce que vous n'avez pas suffisamment de chansons françaises? Parce que toutes les stations de radio sont régies de la même façon. Quel est le problème de fond derrière cela?

M. Michel Arpin (vice-président, Planification et communications, Radiomutuel Inc.): Il y a un problème de volume, vous avez tout à fait raison de le souligner; il y a un problème d'approvisionnement. Il s'en fait relativement peu par rapport à la production anglophone, qu'elle soit américaine ou britannique. Il y a donc le problème de l'approvisionnement parce que, effectivement, même si on peut s'en procurer en Europe, cela se fait à des coûts qui sont très élevés. Et souvent les distributeurs ne veulent pas les mettre en marché en Amérique du nord parce que, pour eux, ce n'est pas intéressant de produire un microcassette qui ne se vendrait qu'à une centaine de copies. Evidemment, ce n'est pas intéressant pour le producteur, ce n'est pas intéressant pour l'éditeur, et ce n'est pas intéressant pour le distributeur.

Donc, il y a beaucoup d'oeuvres musicales francophones européennes qui ne viennent jamais sur le continent nord-américain parce qu'il n'y a pas de marché.

M. Blackburn (Jonquière): Auparavant, avant qu'existe le quota de 65 p. 100, qu'est-ce qui était appliqué à ce moment-là?

M. Arpin: Il n'y avait aucune règle; si vous me permettez de remonter un peu dans le temps, jusqu'en 1972, il n'y avait aucune règle. En 1972, le CRTC a fait une analyse de la programmation musicale des stations de radio, et a déterminé qu'il avait peut-être besoin d'établir

[Traduction]

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you Mr. Chairman. I wish to thank the witnesses for appearing before the committee and for presenting their report.

I have a number of questions for the witnesses, firstly concerning the rule that French songs on radio stations should account for 65% of the content. You believe that there should be no rule at all as far as content is concerned.

Ms Després: That is right.

Mr. Blackburn (Jonquière): What would happen if there were no rules?

Ms Després: Stations would continue to broadcast French-language songs. We put in this request not because, we do not want to broadcast French songs but because for AM stations particularly, this requirement causes serious programming difficulties. Furthermore, this rule will not help solve the problem it is supposed to remedy. That is why we ask that it be abolished.

Mr. Blackburn (Jonquière): When you say that that causes problems, is it because you do not have enough French songs? This rule applies to all radio stations. What exactly is the problem?

Mr. Michel Arpin (Vice-Chairman, Planning and Communications Radiomutuel Inc.): There is, as you say, a problem of volume, of supply. The number of French songs produced is relatively small compared to English-language production, whether it be American or British. So there is a question of supply because even though we can buy songs in Europe, they are very expensive. Furthermore, European distributors see no point in selling their songs in North America because they cannot make money on a record of which only 100 copies will be sold. There's no percentage, either for the producer, the publisher, or the distributor.

There are a great number of French songs from Europe which we never hear in North America because there is no market for them.

Mr. Blackburn (Jonquière): Before the introduction of the 65% quota, what rule did you have?

Mr. Arpin: There was no rule at all; until 1972, there were no rules whatsoever. In 1972, the CRTC did an analysis of the musical programming of radio stations and decided that rules should be introduced forcing broadcasters to air more French-language songs.

[Text]

une règle qui ferait en sorte que les radiodiffuseurs joueraient davantage de pièces vocales françaises.

De 1972 à 1987, le marché mondial de la production musicale a bien évolué, et également la radio. Il faut que j'ajoute une dimension. C'est que, en radio AM, ce n'est pas significatif la musique. La station de radio de Montréal, à laquelle je suis associé, joue trois pièces musicales dans une période de 18 heures... trois! Donc ce n'est pas très significatif comme impact. Qu'elle en joue deux en français et une en anglais, elle vient de faire son 65 p. 100. Elle pourrait jouer les trois en chinois, personne ne s'en apercevrait parce que, effectivement, la musique sert de lien entre des éléments de programmation dans l'émission du matin. C'est un contenu essentiellement verbal.

Or, la radio française AM est devenue de plus en plus une radio de contenu, car on n'a pas les outils pour faire de la compétition avec les formats américains qui nous arrivent via satellite, via le câble, via les antennes existantes. Donc les Québécois se sont distingués et pour cela ils ont été obligés de se créer des réseaux, dans les années 1960, pour mettre en commun des ressources. Ils ont été obligés de créer des formats qui sont uniques ici.

M. Blackburn (Jonquière): Mais monsieur Arpin, quand même, l'essentiel du problème c'est la question d'approvisionnement. Vous avez de la difficulté à avoir suffisamment de chansons françaises pour répondre à la norme de 65 p. 100.

M. Arpin: En volume, certainement. C'est une des raisons pour laquelle, notamment, le CRTC a réduit les quotas à 55 p. 100. C'est demeuré un problème.

M. Blackburn (Jonquière): D'accord. Deuxième question. La question des quotas mensuels en publicité. Je veux bien comprendre votre groupe. Souhaitez-vous qu'il y ait des quotas ou vous ne voulez pas qu'il y ait de quotas mensuels?

Me Després: Aucun quota.

M. Blackburn (Jonquière): Aucun quota?

Me Després: Ce secteur-là pourrait être entièrement déréglementé.

M. Blackburn (Jonquière): Voici ce qui risque de se produire, et vous me direz si on fait erreur. On voit actuellement dans les stations AM le matin—particulièrement entre 6 heures et 9 heures, et l'emphase est présentement mise sur cela dans la radio—beaucoup d'annonces publicitaires et de commerciaux. Si vous enlevez vos quotas, est-ce qu'on ne risque pas d'arriver à une très grande quantité de commerciaux à certaines heures, là où justement votre tarif est le plus élevé, là où vous y gagnez le plus? Bien sûr vous allez me dire: on est en compétition et si on en met trop, à un moment donné on risque de perdre la cote d'écoute. Mais le désir de vouloir faire de l'argent existe! Et à un moment donné, on va le faire trois ou quatre matins, puis c'est une semaine, et c'est 15 jours! Vous ne le réalisez pas mais, petit à petit, vous glissez!

[Translation]

Since 1972 the international market for musical productions has changed a lot, as has radio. I should add that on the AM network, music does not play a significant role. The Montreal radio station with which I am associated airs only three songs in an 18-hour broadcasting period. So the impact is not really significant. Provided we have two French songs and one in English, we already have our 65% content. If we were to air three Chinese songs, no one would notice, because music is used mainly as a link between the various features broadcast in the morning. Our broadcasting has a mainly verbal content.

French-language AM radio is based more and more on content, since we are not equipped to compete with the American formats which come in over the air, via satellite and on cable. Quebec broadcasters were forced, during the 1960s, to set up their own networks and to pool their resources. They were also obliged to create a number of unique formats.

Mr. Blackburn (Jonquière): Still, supply seems to be the crux of the problem, Mr. Arpin. You seem to have difficulties getting enough French-language songs to meet the 65% rule.

Mr. Arpin: Yes, as far as volume is concerned. That is one of the reasons why the CRTC has lowered the quotas to 55%. But it is still a problem.

Mr. Blackburn (Jonquière): I now come to my second question, that of monthly quotas in advertising. Is your group in favour of monthly quotas or not?

Ms Després: No quotas at all.

Mr. Blackburn (Jonquière): No quota at all.

Ms Després: This sector should be entirely deregulated.

Mr. Blackburn (Jonquière): Unless I am mistaken, what we will see happening—and it is already happening on the AM stations in the morning, especially between 6 a.m. and 9 a.m.—is that the greatest emphasis will be placed on commercials and advertising. If quotas were to be withdrawn, do we not run the danger of ending up with a strong concentration of commercials at certain times of the day when the rates are the highest and when you make the most money? I know that you have to compete with other radio stations and that if you were to overdo it, you would lose your audience. However, the profit motive is certainly there. At the beginning you might start with three or four mornings and without noticing you would end up with a week, and then two weeks, and so, little by little and not realizing, you will have given in.

[Texte]

M. Arpin: Tout ce que je peux dire c'est que le désir ne durera pas longtemps. Parce qu'au prochain sondage, la station va tellement avoir perdu sur le plan de la cote d'écoute que, finalement, il n'y aura pas de renouvellement de ses contrats publicitaires.

• 1715

La multiplicité des stations fait en sorte qu'il y a des contrôles de marché. Le CRTC autorisait 150 minutes, 250 minutes commerciales à la radio AM jusqu'à tout récemment. Il a aboli la règle. Une des raisons, c'est que le CRTC a fait un sondage exhaustif au Canada, et il n'y avait pas une station qui diffusait 250 minutes par jour. Pourquoi? Parce que les forces du marché faisaient en sorte qu'il y avait des régulateurs et comme le CRTC limitait à 10 minutes à l'heure à la radio FM, les stations AM ont commencé à compresser. Il est vrai qu'il y a des stations de radio AM, dans certains marchés, qui jouent passablement de publicité commerciale, mais c'est passablement régularisé et ça ne varie pas beaucoup d'une journée à l'autre, ou d'une semaine à l'autre.

M. Blackburn (Jonquière): Vous me permettez, monsieur Arpin, mais si vous ne l'utilisiez pas, vous ne parleriez même pas de le faire enlever! Quand va arriver la période des Fêtes, bien sûr que vos 250 minutes risquent d'être vendues beaucoup plus facilement. . .

M. Arpin: C'est parce que dans le rapport, il est suggéré qu'il y en ait. Au moment où on se parle, le CRTC les a abolis ces maximums. Mais le rapport, ni plus ni moins et si je le comprends bien, suggère de les remettre.

M. Blackburn (Jonquière): Vous aimez mieux ne pas les avoir.

M. Arpin: En ce moment, il n'y a pas de problème.

M. Blackburn (Jonquière): Quant à la publicité matinale sur les ondes, de plus en plus la télévision prend de l'ampleur le matin dans ce domaine. Quel est l'impact de ça? Il se vend de plus en plus de publicité à la TV. Est-ce que ça commence à rentrer dans le corps des stations de radio ou au contraire, vous tirez bien votre épingle du jeu et cette compétition-là ne vous cause pas de problème plus qu'il n'en faut.

Mme Liette Champagne (vice-présidente, Télémédia Communications Inc.): Il y a évidemment une tendance qui se développe auprès des stations de télévision—vous pourrez interroger nos collègues de la télévision—pour développer des émissions du matin où on retrouve certains services qui ont été développés à l'origine dans les stations de radio AM. Il est évident qu'il y a une compétition là. Mais je pense que l'industrie de la radio a assez foi en son médium et en ses capacités de flexibilité, d'instantanéité, pour ne pas s'alarmer. Ce n'est pas une de nos priorités de s'attaquer à ça.

M. Blackburn (Jonquière): Au niveau des radios communautaires, ces derniers se sont présentés devant nous ici aujourd'hui et bien sûr, pour eux c'est un problème de fonctionnement parce qu'on sait que c'est du

[Traduction]

Mr. Arpin: All I can say is that it would not last long because the station would lose so much in ratings that it would end up losing its advertising contracts.

The fact that there are many stations in itself controls the market. Until recently, the CRTC authorized 150 minutes and then 250 minutes of commercials on AM radio. Now it has done away with the rule. The reason is that after an in-depth study of the situation throughout Canada, CRTC found that there was not a single radio station carrying 250 minutes of commercials a day. Why? Because market forces act as a regulator, and since the CRTC set a limit of 10 minutes of commercials per hour on FM radio, the AM stations started reducing their commercial time. It is true that a number of AM stations devote a great deal of time to commercials, but this does not vary a great deal from day to day or from week to week.

Mr. Blackburn (Jonquière): You will excuse me, Mr. Arpin, but if this rule were of no consequence whatever, you would not ask that it be removed! Now with the Christmas period fast approaching, selling your 250 minutes should not be much a problem.

Mr. Arpin: The report recommends reinstating the quota, if I understand correctly, whereas at the present time the CRTC has abolished them.

Mr. Blackburn (Jonquière): And you prefer not having them.

Mr. Arpin: At the present time there is no problem.

Mr. Blackburn (Jonquière): There is more and more advertising on television during morning hours. What kind of impact does this have? More and more advertising time is being sold on TV. Has this become a very serious issue for radio stations, or is this competition not so serious for you?

Mrs. Liette Champagne (Vice-President, Télémédia Communications Inc.): There is a tendency for television stations to include in their morning broadcasts elements developed by AM radio stations. This of course is a source of competition. But I believe the radio industry has enough confidence in its medium, in its flexibility and in its instantaneous appeal not to lose faith. This is not one of our top priorities.

Mr. Blackburn (Jonquière): For community broadcasters who appear before us today, this is not a cause for concern, since they must rely mainly on volunteer workers. That is the reason why it is hard for

[Text]

bénévolat, et à ce moment-là, c'est dur de donner une programmation de qualité, c'est difficile d'avoir du personnel régulier; ils souhaitent, justement, qu'il y ait un genre d'accord entre les différents gouvernements pour avoir une organisation qui puisse leur permettre d'aller chercher des fonds, pour probablement donner plus de qualité. Si vous êtes contre ça, quel est le devenir des radios communautaires? À un moment donné, ils ont de la difficulté à aller chercher une cote d'écoute, ils ont de la difficulté à s'organiser. Pourquoi avoir fait tout ce mouvement-là vers les radios communautaires, et à un moment donné, vouloir les laisser toujours fonctionner couci-couça.

Mme Champagne: Si vous me permettez, je vais vous répondre, et Michel pourra rajouter quelque chose car il connaît mieux l'histoire de la radio que moi.

Le phénomène de la radio communautaire, comme vous le savez, est un phénomène qui est unique au Québec; il existe aussi des stations communautaires en Colombie-Britannique, d'ailleurs. On n'est pas contre l'existence ou le mandat des stations communautaires; elles ont un rôle à jouer. Mais c'est un fait qu'au cours des dernières années, non seulement nous, mais le CRTC s'est interrogé sur leur façon de remplir leur mandat. Et le CRTC a fait des audiences publiques de politique, spécifiquement sur cette question-là; c'est un fait qu'au Québec il y a beaucoup de stations de radio communautaires qui ont vu leur permis renouvelé à court terme ou tout simplement suspendu parce qu'elles commençaient à jouer dans les plates-bandes des stations en région. Les stations communautaires, là où elles sont le plus vivantes, c'est en région, là où il n'y a pas d'autres services, où il n'y a pas de services de qualité ou qu'il n'y a peut-être qu'un radiodiffuseur privé. Mais effectivement, la raison d'être des stations communautaires suscite beaucoup de questions. On ne peut pas être contre la vertu! C'est très louable, ce sont des bénévoles etc. . . Mais dans les critères qui font qu'une radio est une station communautaire, ça demande un effort collectif, et ce n'est pas toujours ça qui arrive.

• 1720

Le président: Excusez-moi, mais il y a un problème. Nous n'avons pas entendu le rapport de M. Audet concernant la télévision. Il faut que nous quittions cette salle à 18 heures, et nous avons d'autres témoins. Je demanderais donc à M. Audet de nous présenter très brièvement son mémoire dès maintenant, et nous continuerons ensuite les questions.

M. Louis Audet (vice-président, télévision, Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française): Mesdames et messieurs du Comité, étant donné que nous avons déjà comparu devant vous le 23 mars 1987 et qu'à cette occasion, nous avons pris la liberté de déborder le simple aspect législatif du rapport, je vais me contenter de parler rapidement des quelques points qui nous semblent essentiels à ce stade-ci de votre étude.

En ce qui concerne Radio-Canada, je voudrais simplement réitérer qu'il est important que la Société en

[Translation]

them to offer quality programming and to have permanent staff. That is why they are in favour an agreement between the various levels of government so as to set up a source of funding for them to enable them to offer higher-quality service. Without such funding, which you are opposed to, what will be the future of community broadcasting? They have a hard time getting a good rating or even simply organizing themselves. What is the point of having set up community broadcasting if they do not have the wherewithal to function.

Mrs. Champagne: I will try to answer, and then Michel will take up where I leave off, because he knows the history of broadcasting better than I do.

Community broadcasting is a phenomenon unique to Quebec. Of course there is community broadcasting in British Columbia. We have nothing against community broadcasting, and it has a certain role to play. But it is a fact that lately we ourselves, as well as the CRTC, have been raising questions about the way they are fulfilling their mandate. The CRTC has held public hearings on this problem of community radio. Quite a number of community stations in Quebec have had their licences either renewed for a very short term or suspended altogether, because they were impinging upon regional stations. Community stations have their greatest impact in the regions where there is no quality broadcasting or in places where there is maybe only one private broadcaster. The fact is that the *raison d'être* of community broadcasting raises many questions. You cannot say that you are against motherhood! All this is very praiseworthy, they are mainly volunteer workers, etc. But according to the criteria, community broadcasting should involve a collective effort, which is not always the case.

The Chairman: Excuse me, but there is a problem. We have not heard the report of Mr. Audet on television. We have to leave that room by 6 p.m. and we still have other witnesses. I will therefore ask Mr. Audet to present his brief very rapidly, right now, and then we will resume questioning.

Mr. Louis Audet (Vice-President, Television, Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française): Ladies and gentlemen of the committee, since we already appeared before you on March 23, 1987 and, at that time, took the liberty of going beyond the mere legislative aspect of the report, I will confine my comments to some of the points that seem to us essential during this phase of your study.

As far as Radio-Canada is concerned, I just would like to repeat that it is important for the Corporation to come

[Texte]

arrive à une entente équitable avec ses affiliés avant de considérer tout autre projet.

Deuxièmement, en ce qui concerne le Fonds de développement de la production canadienne, en raison de la taille restreinte du marché francophone, ce fonds a une importance très grande, voire même capitale. Nous croyons que ce fonds devrait être accru et que les sociétés de production reliées à des diffuseurs devraient devenir admissibles au fonds afin que l'industrie puisse jouer pleinement son rôle de producteur et de diffuseur d'émissions canadiennes.

Troisièmement, en ce qui concerne la télévision privée, je vous rappelle brièvement nos positions. Nous sommes favorables au maintien de la substitution simultanée telle que prévue au projet de loi C-58. Nous sommes favorables à la recommandation 17.6 pour la préservation et le renforcement du service local de télévision. En ce qui concerne les recommandations 17.11, 17.12 et 17.13, il est bon de rappeler que la télévision francophone a un historique des plus enviables au niveau de la production et de la diffusion d'émissions canadiennes de langue française de qualité, hautement appréciées du public.

C'est pourquoi l'ACRTF est opposée à l'édiction de règlements de contenu canadien plus restrictifs qu'ils ne le sont déjà et s'oppose à la possibilité de conditions de licence individuelles. Comme nous vous l'avons dit le 23 mars, nous pensons que des mesures incitatives de nature fiscale seraient beaucoup plus appropriées que le recours à des mesures coercitives. Un bon exemple de mesure incitative est la recommandation 29.5 du rapport Sauvageau-Caplan sur la Loi de l'impôt sur le revenu.

Quatrièmement, en ce qui concerne les régions mal desservies, nous sommes favorables à l'amélioration du service aux régions mal desservies, mais nous désirons toutefois mettre ce Comité en garde, comme nous l'avons fait le 23 mars, contre la menace de l'extension de la diffusion, aux centres peuplés de ce pays, de signaux américains qui seraient uniformes partout au Canada.

Cinquièmement, en ce qui concerne les droits des créateurs, nous croyons qu'il faut avoir les moyens de se payer une réforme. Cependant, les sommes d'argent présentement payées par les radiodiffuseurs nous apparaissent comme étant le plancher sur lequel il faut bâtir la réforme. Autrement, nous allons plier sous les responsabilités financières et administratives.

Sixièmement, en ce qui concerne le projet de réforme fiscale du ministre Wilson du 17 juin, nous croyons que l'annonce d'une diminution substantielle des déductions admissibles à l'impôt fédéral pour l'investissement de particuliers dans des productions canadiennes, est dangereuse. L'ACRTF pense que ces réductions vont à l'encontre de l'objectif d'accroissement de la production canadienne qui a été le but poursuivi par Sauvageau-Caplan, le gouvernement fédéral et le CRTC au cours des dernières années.

En effet, étant donné que les diffuseurs francophones produisent généralement et principalement pour une

[Traduction]

to a fair agreement with its affiliates before considering any other project.

Second, as far as the Broadcast Fund is concerned, given the smaller size of the francophone market, the importance of that fund is very great, even crucial. We believe that that fund should be increased and that the production companies associated with broadcasters should become eligible for financing from it so that the industry may fully play its role of production and broadcasting of Canadian programs.

Third, as for private television, I will quickly repeat our position. We support the continuation of simultaneous substitution as provided for by Bill C-58. We support recommendation 17.6 relating to the preservation and strengthening of local television services. As far as recommendations 17.11, 17.12 and 17.13 are concerned, I should remind you that francophone television enjoys a most enviable record of production and broadcasting of quality French-Canadian programs that are highly regarded by the public.

That is why the ACRTF objects to Canadian content regulations more restrictive than they are already and objects to individual licensing requirements. As we said on March 23, we think that financial incentives would be much more appropriate than punitive measures. A good example of an incentive is recommendation 29.5 of the Sauvageau-Caplan report relating to the Income Tax Act.

Four, as far as the ill-served regions are concerned, we support improved service for them, but we would caution your committee, as we did on March 23, against the danger of more widespread broadcast, in the large population centres of our country, of American signals that would be uniform across Canada.

Five, as far as creators' rights are concerned, we think that we must have the means to pay for reform. However, the amounts of money actually paid by broadcasters appear to us to be the foundation on which to build the reform. Otherwise, we will be towed down by financial and administrative responsibilities.

Six, as far as Minister Wilson's June 17 tax reform project is concerned, we believe that the announcement of a substantial reduction of eligible federal income tax deductions for individual investments in Canadian productions is dangerous. The ACRTF feels that these reductions are contrary to the objective of increase Canadian production that was pursued by Sauvageau-Caplan, the federal government and the CRTC during the last few years.

Indeed, since francophone broadcasters generally and mainly produce for a narrow market, in many cases the

[Text]

marché exigu, nombreux sont les cas où les contributions du diffuseur privé et de Téléfilm Canada ne suffiront plus à un producteur indépendant pour produire une émission canadienne de qualité.

• 1725

The contribution of private investors is therefore indispensable. That is why we feel the Minister should change his decision and reinstate the measures by which individuals could deduct their investment from their income tax in Canadian productions.

Voilà l'essentiel de nos réflexions. Notre position globale est consignée dans le rapport que nous avons présenté à la ministre des Communications du Canada le 19 février 1987, rapport que complète le document qu'on vous a remis il y a quelques minutes.

Nous sommes à votre disposition pour répondre à vos questions. Merci pour votre temps et votre attention.

Le président: Merci, monsieur Audet. Monsieur Gormley.

Mr. Gormley: I want to address my questions mainly to radio. Being an open-line show host before, I will ask them short and snappy, and hopefully we will get short and snappy answers to allow others to ask questions as well.

Both my questions are on format. I want your opinion, generally, on a proposition that the CRTC should, rather than look at structured formats, move to a system whereby you suggest the format as a private broadcaster and the commission simply approves it or recommends changes to your suggestion.

Ms Després: Is that what you understand from our presentation?

Mr. Gormley: No. I want to find out what you think of that. We see market fragmentation in the larger urban centres when you are hamstrung to a set number of formats. I am not sure that is the best thing for the Canadian radio listener.

Mr. Arpin: I will try to give you a short answer. The CRTC formats are all based on music. First of all, music is surely not the only component of radio; and the second, in some instances there is no music at all, such as I gave an example earlier, except that my format is based on my musical scheme. That being said, we do suggest in reviewing format definitions that whoever tries to comes to grips with that issue—

Mr. Gormley: I am going one step further. I am saying we should not have definitions. I am asking you about a proposition of what if the commission said, you as a radio broadcaster come to us and tell us what you want to do as a format.

[Translation]

contributions of the private broadcaster and Telefilm Canada will not be enough for an independent producer to produce high-quality Canadian programs.

En conséquence, la contribution des investisseurs privés est indispensable. C'est la raison pour laquelle nous estimons que le ministre devrait modifier sa décision et permettre de nouveau aux particuliers de déduire de leurs revenus imposables leurs investissements dans des productions canadiennes.

This is the main thrust of our brief. Our full position is stated in the report we sent to the federal Minister of Communications on February 19, 1987; the brief we distributed to you a few minutes ago supplements that report.

We are now ready to answer any of your questions. Thank you for your time and your consideration.

The Chairman: Thank you, Mr. Audet. Mr. Gormley.

M. Gormley: Je voudrais vous parler surtout de radio. J'ai moi-même été animateur d'émissions de radio et mes questions seront courtes et brèves et j'espère que vos réponses le seront tout autant pour permettre aux autres d'intervenir également.

Mes deux questions portent sur la structure de ces émissions. J'ai une proposition à vous faire et j'aimerais savoir ce que vous en pensez. Accepteriez-vous que le CRTC, au lieu d'imposer le format des émissions, permette à chaque radiodiffuseur privé de proposer lui-même le format des émissions qu'il entend diffuser, le Conseil se contentant de l'approuver ou d'en recommander des changements?

Me Després: Est-ce la conclusion que vous avez tirée de notre exposé?

M. Gormley: Non, je veux simplement savoir ce que vous en pensez. Dans les grandes agglomérations, le marché est fragmenté lorsqu'on vous impose tel ou tel format d'émission. Je ne suis pas certain que ce soit une bonne chose pour celui qui écoute la radio.

M. Arpin: J'essaierai de vous répondre en quelques mots. Les structures des émissions à décider par le CRTC ont pour point de départ la musique. Premièrement, la musique ne constitue sûrement pas le seul élément d'une émission radiophonique; deuxièmement, dans certains cas, les émissions ne comportent aucune musique, et je vous en ai donné un exemple tout à l'heure, sauf que le format de mon émission dépend de mon agencement musical. Cela dit, en se penchant sur les définitions correspondant à ces formats, celui qui est chargé de régler ce problème. . .

M. Gormley: J'irais même un peu plus loin. Il ne devrait pas y avoir de définition. Je vous demande comment vous réagiriez si le Conseil vous disait de lui proposer un format d'émission.

[Texte]

Mr. Arpin: To some extent that is what we are already doing. Even though the commission is measuring us with the music, we are filing an application that contains topics other than music. We describe our programming fare the way we wish. In a way we are telling the CRTC the kind of programming we are broadcasting. The one thing is that the the CRTC always comes back on its feet, saying your format is more contemporary or intense music, which is based on the music scheme.

Mr. Gormley: I think we are heading the same way. I want it deregulated.

Mr. Arpin: There will always be a label.

Mr. Gormley: A regulation on spoken word on FM, there have been some movements in the general direction that many broadcasters have wanted. Are further changes needed; and if so, where?

Mr. Arpin: The whole issue, basically, is foreground, particularly for French radio stations. Because of the way they are structured on a fairly small piece of land, where radio groups own more than one station, the foregrounds they produce can only be played on radio stations in other markets, so there is no secondary market. What we have been saying for some time to the CRTC is that we would rather have more mosaic and less foreground.

• 1730

With regard to verbal components, that does not appear to us as being at stake. We will have to speak, once in a while at least, to give general information to the listener. The issue is not to make sure there is enough verbal component. We are already talking a lot on the radio.

Le président: Madame McDonald.

Mme McDonald: Vous avez présenté deux mémoires très complexes. Vous nous avez bouleversés avec votre proposition sur l'abolition des quotas de musique en langue française. Je voudrais vous poser quelques questions là-dessus.

Savez-vous qu'en France, il y a eu une baisse dramatique du pourcentage de musique française diffusée par les stations privées? Dans certains cas, on diffuse jusqu'à 90 p. 100 de musique anglaise. Ne craignez-vous pas que cela se produise ici? Vous avez parlé du problème de la perte d'auditeurs. Avez-vous des chiffres précis pour justifier vos préoccupations actuelles?

M. Arpin: En tant que président du comité organisateur de la Semaine de la chanson française, je me suis rendu en France en avril dernier pour voir quel était l'état de la chanson française. J'ai pu constater qu'il y avait un accroissement de la production de chansons françaises et également un accroissement de l'intérêt pour la chanson française. Le chiffre que vous citiez tout à l'heure, soit 85 ou 90 p. 100, a déjà été la réalité, mais

[Traduction]

M. Arpin: Dans une certaine mesure, c'est à peu près ce que nous faisons déjà. Même si le Conseil décidait du format de nos émissions en fonction de la musique que nous diffusons, notre demande renferme des sujets autres que la musique. Nous décrivons nos émissions comme nous l'entendons. D'une certaine façon, nous disons au CRTC quelles émissions nous diffusons. Ce n'est qu'ensuite que le CRTC nous dit que notre format correspond à de la musique contemporaine ou n'est que musique, tout dépend de l'agencement musical.

M. Gormley: Je crois que nous voulons la même chose. Je ne voudrais pas que ce soit réglementé par le CRTC.

M. Arpin: Il y aura toujours des étiquettes.

M. Gormley: Sur les réseaux radiophoniques FM la parole est maintenant réglementée, ce qui va dans le sens des demandes de nombreux radiodiffuseurs. Doit-on apporter d'autres changements? Dans l'affirmative, lesquels?

M. Arpin: Tout le problème tourne autour de l'avant-plan, en particulier pour les stations radiophoniques de langue française. Vu l'infrastructure et la petitesse du territoire, certains groupes radiophoniques étant propriétaires de plusieurs stations, les avant-plans produits ne peuvent être diffusés que sur d'autres stations radiophoniques, si bien qu'il n'y a pas de marchés secondaires. Nous proposons déjà depuis un certain temps au CRTC qu'il y ait plus d'assemblages et moins d'avant-plans.

Pour ce qui est de la parole, le problème ne nous semble pas être là. Nous devons parler, une fois de temps à autre au moins, pour renseigner l'auditeur. Le problème ne vient pas de la pénurie de discours. Nous parlons déjà beaucoup à la radio.

The Chairman: Ms McDonald.

Ms McDonald: You prepared two very complex briefs. We were stunned by your proposal to eliminate quotas on French music. I would like to ask you some questions about that.

Did you know that in France, there has been a dramatic decrease in the percentage of French music being broadcast by private stations? In some cases, up to 90% English music is being broadcast. Are you not concerned that this will happen here? You are concerned about losing listeners. Do you have any data which would justify your present concerns?

Mr. Arpin: As chairman of the striking committee of the *Semaine de la chanson française*, I went to France last April to see how French music was doing over there. I noted that production of French songs had increased and that public interest in French music had also increased. You said that private stations were broadcasting up to 85% or 90% of English music; this was once so, but these data are at least 18 months old. Since the beginning of

[Text]

cette donnée est vieille d'au moins 18 mois. Depuis le début de l'année 1987, en général, les stations de radio de France, qu'ils s'agisse de stations privées ou de grandes sociétés comme RTL, jouent environ 50 p. 100 d'oeuvres musicales françaises.

Mme McDonald: Et au Canada, si on abolit ces quotas, qu'est-ce qui se passera, à votre avis?

M. Arpin: Il se passera exactement la même chose qu'en France. Permettez-moi de faire un aparté sur la Semaine de la chanson française, un événement commandité par les ministères des Communications du Canada et du Québec et des Affaires culturelles du Québec. Cet événement nous a permis de faire un sondage sur l'attrait de la chanson française auprès des auditeurs. Ce sondage nous a indiqué que l'auditeur francophone de 25 ans et plus désire davantage de chansons françaises à sa radio. Les radiodiffuseurs doivent répondre à ce besoin. De fait, qu'il y ait des quotas ou qu'il n'y en ait pas, la quantité et le volume de pièces françaises sur les stations à contenu musical élevé devraient se maintenir aux niveaux où ils sont présentement.

Mme McDonald: Environ 65 p. 100.

M. Arpin: Plus de 50 p. 100.

Mme McDonald: C'est un changement radical dans votre politique. Avez-vous beaucoup d'appui en ce qui concerne cette proposition au sein de votre association?

M. Arpin: Je pense qu'il y a unanimité, à l'association, sur cette position.

Le président: Merci, madame McDonald. Monsieur Caldwell.

Mr. Caldwell: I did find it quite interesting, Ms Després, that you say to get rid of quotas altogether. What if we just started with Canadian artists? Would that help? If you could play the Corey Harts and the Brian Adams and the Triumphs and the Wilf Carters, would even that help?

Mr. Arpin: *Plus que cela;* more than that. I think they are already played.

• 1735

But I think your question should be addressed toward Diane Dufresne, Robert Charlebois, and Marjo, rather than Corey Hart and Brian Adams.

Ces artistes francophones ont du succès d'estime auprès des auditeurs, ils sont appuyés par les radiodiffuseurs dans leur quête, et nous croyons fermement qu'ils continueront de bénéficier de cet appui. Il y aura, en fin de semaine, le concours annuel de l'Association du disque et du spectacle québécois qui couronnera les efforts d'artistes québécois qui sont chaudement appuyés par les médias du Québec.

• 1740

Pour nous, il ne fait aucun doute que cela continuera.

[Translation]

1987, radio stations in France, whether they are private stations or big companies like RTL, have been broadcasting about 50% of French music.

Ms McDonald: And if we get rid of these quotas in Canada, what do you think will happen?

Mr. Arpin: Exactly the same thing as in France. Allow me to talk about the French Music Week, which is an event sponsored by the federal Department of Communications, the Quebec Department of Communications and the Quebec Department of Cultural Affairs. This event allowed us to do a survey on the attractiveness of French music. This survey revealed that francophone listeners who are 25 years old and up want to listen to more French songs. Broadcasters must respond. Indeed, quotas or no quotas, the amount of French music being played on radio stations whose format is non-stop music should stay at the same level as it is presently.

Ms McDonald: That is about 65%.

Mr. Arpin: More than 50%.

Ms McDonald: This is a radical policy change on your part. Does this proposal have the support of your association?

Mr. Arpin: I think that it has been endorsed unanimously by our association.

The Chairman: Thank you, Ms McDonald. Mr. Caldwell.

M. Caldwell: Madame Després, je trouve très intéressant que vous proposiez l'abolition des quotas. Et si nous commençons par les artistes canadiens? Serait-ce utile? Si vous pouviez faire jouer les chansons de Corey Hart, Brian Adams, du groupe Triumph ou de Wilf Carter, cela changerait-il quoi que ce soit?

M. Arpin: *More than that;* plus que cela. Ils tournent déjà.

Mais je crois que vous devriez plutôt parler de Diane Dufresne, Robert Charlebois et Marjo, plutôt que de Corey Hart ou Brian Adams.

Our listeners like to hear those francophone artists, who are supported by broadcasters in general, and we firmly believe that this support will continue. The annual awards show of the *Association du disque et du spectacle québécois* will be held on the weekend and it will help recognize the efforts of the Quebec artists who are warmly embraced by the Quebec media.

As far as we are concerned, we have no doubt that this movement will continue.

[Texte]

Mr. Caldwell: Mr. Audet, you mentioned you would not like to see any increase in the quotas on American programming, I assume, or foreign programming. We like to play lip service to the fact that we like to see Canadian programming, whether it be English or French; we like to see our Canadian programs succeed. But is the bottom line—and it is the same as Mr. Arpin was pointing out—not really that people want to hear what is popular and what is the best? Really, is that not what it boils down to, that you cannot deprive someone of *Dynasty* if they want to see it? And that is what they want to see. We keep wrapping ourselves in the flag, which is all very well and good. But I think if we compare it with the Canadian Football League—not to bring in another thing—people want to see the best, and they were not going to watch a second-rate type of football team. I think it is human nature that they want to see the very best.

Mr. Audet: Yes, indeed they do. In fact, practice shows the French viewer does seek and does find the best; and in practice the best happens to be French-produced, Montreal-produced productions, in the great majority of instances. You might recall yesterday where I mentioned that in French Canada—and this is critical to understanding French Canada—27 of the 30 top productions for years and years, up to this fall, have been French-Canadian, Montreal-based productions.

I referred yesterday to a statistical aberration, or a fluke, if I may use that expression, that just this fall some American programs are close to the top. But I am sure your research people will bring forth information that substantiates what I said yesterday and what I repeat today.

So, yes, people will seek the quality programs, and in French Canada they seek French productions, French-Canadian productions. Consequently we have in our presentation said there is no need for regulation to become more stringent. It is already stringent enough. Its stringency is irrelevant, because research will show, I am sure. . . and I am seeking out Mr. Pilon and Mr. Audley. I am sure they have the repertoires of the top programs throughout the last five or ten years, and they will bear out what I presenting to you today.

Mrs. Finestone: Thank you very much for a very broad introduction to many of your areas of concern.

La substitution simultanée est-elle nécessaire à la protection des droits de diffusion des différents diffuseurs et au maintien de leur revenu? Est-ce que son importance devient encore plus grande?

M. Audet: L'importance de la substitution est capitale.

Mme Finestone: Quel sera l'impact de la mise en oeuvre de la mesure fiscale proposée dans le Livre blanc sur la réforme fiscale qui imposerait une taxe de 8 p. 100 sur les revenus que les diffuseurs tirent de la publicité? Avez-vous étudié cette proposition?

M. Audet: Oui.

[Traduction]

M. Caldwell: Vous avez indiqué, monsieur Audet, que vous ne voudriez pas voir quelque augmentation que ce soit dans les quotas visant les émissions américaines ou, je suppose, étrangères. Nous répétons que nous aimons voir les émissions canadiennes, que ce soit en anglais ou en français; nous disons souhaiter que les émissions canadiennes aient du succès. En fin de compte, pendant, comme le faisait remarquer également M. Arpin, les gens ne veulent-ils pas voir et entendre ce qui est à la mode et ce qu'il y a de mieux? N'est-il pas impossible d'empêcher que ce soit de regarder *Dynastie* si c'est ce qu'il désire? Voilà le genre d'émissions que les gens veulent voir. Nous aimons montrer notre patriotisme, mais, lorsqu'il s'agit de football, de la Ligue canadienne de football, sans vouloir ouvrir de débat, nous voulons voir de ce qu'il y a de mieux; nous ne sommes pas intéressés aux équipes de football de second ordre. Les gens cherchent naturellement ce qu'il y a de mieux.

M. Audet: Certainement. Le public francophone n'est pas différent. Il se trouve que de façon pratique dans la grande majorité des cas les meilleures émissions sont produites en français et à Montréal. Je vous indiquais hier qu'au Canada français, et c'est un fait très important pour bien comprendre le Canada français, 27 des trente productions les plus populaires au cours des années jusqu'à cet automne ont été des productions canadiennes-françaises et des productions de Montréal.

Il arrive, tout à fait par hasard, que cet automne il y aura quelques émissions américaines qui figureront parmi les plus populaires. Il reste que vos attachés de recherche pourront confirmer mon affirmation et d'hier et d'aujourd'hui.

Donc, il est vrai que les gens cherchent à visionner les meilleures émissions, mais au Canada français ces meilleures émissions sont des émissions de langue française, des émissions canadiennes-françaises. Donc, en ce qui nous concerne, il n'est pas nécessaire de raffermir la réglementation. Elle est déjà suffisamment stricte. Et ne pas l'être, parce que si vous faites la recherche vous pourrez constater. . . je parle de M. Pilon et de M. Audley. Je suis sûr qu'ils ont la liste des émissions les plus populaires au cours des cinq ou dix dernières années et qu'ils sont en mesure de confirmer mes dires.

Mme Finestone: Merci beaucoup de votre vaste exposé qui porte sur beaucoup des points qui nous intéressent.

Must there be a simultaneous substitution to protect the rights for various broadcasters to broadcast and in order to maintain their income? Is it becoming even more important?

Mr. Audet: Such substitution is vital.

Mrs. Finestone: What impact will fiscal the measures suggested in the White book on Fiscal Reform have, which would put an 8% tax on all publicity-derived income? Did you study the question?

Mr. Audet: I did.

[Text]

Mme Finestone: J'ai deux questions. L'avez étudiée et avez-vous fait un exposé devant le Comité des finances?

M. Audet: Non, nous n'avons pas fait d'exposé au Comité des finances à ce sujet.

• 1745

M. Arpin: Madame, si vous me permettez, l'Association nationale, l'Association canadienne des radiodiffuseurs a fait une présentation au Comité des finances au nom des radiodiffuseurs canadiens.

Mme Finestone: Et votre position?

M. Arpin: C'est la même position que la position de l'ACR. Notre position est la même, puisqu'on est membres des deux associations.

Mme Finestone: Et est-ce que vous trouvez que ce pourrait être néfaste, ou quoi? Qu'est-ce qui va vous arriver?

M. Audet: Très néfaste et inutile, puisque la dite taxe enlèverait les revenus qui servent justement aux radiodiffuseurs à faire de la programmation canadienne. Donc, très néfaste par définition.

Mme Finestone: Sachez que notre Comité est fort intéressé aux questions fiscales et comme vous le savez, il y a une question de 150 p. 100 de déduction pour les annonces; de plus on a décidé de présenter un mémoire ou d'intervenir au sujet de toutes les questions d'impôt ou de taxe qui vont toucher ce secteur. Et j'aimerais avoir votre *input*.

M. Arpin: On apprécie votre appui.

Mme Finestone: Que pensez-vous de l'impact qu'aurait la mise en oeuvre de la proposition visant à réduire la déduction pour amortissement de films et d'émissions?

Capital cost allowance, did I ask you that this morning?

Mr. Audet: Yes. Indeed, the reduction that is being called for is devastating.

Mrs. Finestone: It is 130%.

Mr. Audet: It will lead to the death of a great number of independent producers and will be, in our opinion, totally counterproductive to the original Canadian productions by the private sector.

M. Montigny: Si vous me permettez une petite seconde pour ajouter ceci: la simple annonce de cette mesure tentative-là a déjà provoquer ses effets. Cela a déjà eu des effets dévastateurs. Il me semble qu'il est grand temps que le gouvernement canadien fasse marche arrière sur cette mesure qui déjà, malheureusement, a fait trop de dégâts à l'heure actuelle.

Mrs. Finestone: What impact has the involvement of cable television in the local advertising market had on radio stations? And what impact would it have on the future? We are looking at fragmentation of the market. You are in a position to reflect the concerns with point-to-point sales, newspaper advertising, radio, television, now

[Translation]

Mrs. Finestone: Then please answer the two following questions: Did you consider that topic at all, and did you brief the Finance Committee on it?

Mr. Audet: No, not the Finance Committee.

Mr. Arpin: If you will allow me, madam, the national association, that is, the Canadian Association of Broadcasters, made a presentation to the finance committee in the name of Canadian broadcasters at large.

Mrs. Finestone: And what is your position?

Mr. Arpin: Our position is the same as the CAB's. We are members of both associations.

Mrs. Finestone: So it's a bleak prospect? You fear for the future?

Mr. Audet: It could be bleak indeed and counter-productive, since the tax would hit the very revenues used by the broadcasters to produce Canadian programs. So it would be very injurious.

Mrs. Finestone: Our committee is very interested in tax matters and, as you know, there is this question of the 150% deduction for advertising; furthermore, we have decided to present a brief or intervene on all tax initiatives directed at this sector. I would like to have your input.

Mr. Arpin: We are grateful for your help.

Mrs. Finestone: What would be the impact of the proposal to the reduce the capital cost allowance for films and programs?

Vous ai-je déjà posé la question ce matin au sujet de la déduction pour amortissement?

M. Audet: Oui. La réduction proposée pourrait avoir des effets on ne peut plus néfastes.

Mme Finestone: Elle est de 130 p. 100.

M. Audet: Elle risque d'entraîner la perte d'un grand nombre de producteurs indépendants et de nuire considérablement aux productions originales canadiennes dans le secteur privé.

Mr. Montigny: I would like to add this, if you will allow me. The mere announcement of the proposal has already had an impact. And it was very negative. It would seem to me the Canadian government should backtrack on this proposal as soon as possible, because it already has had a very detrimental effect.

Mme Finestone: Quel effet l'entrée de la câblodiffusion dans le marché de la publicité locale a-t-elle eu sur les stations de radio? Et quel effet risque-t-elle d'avoir à l'avenir? Nous pouvons constater une fragmentation du marché. Nous pouvons refléter les préoccupations du secteur concernant les ventes entre points, et la publicité

[Texte]

specialty services. With the addition of specialty services, how are you looking at this whole situation?

M. Arpin: Les requérants qui se sont présentés devant le Conseil, l'été dernier, n'avaient pas de plan de publicité locale. Je m'en tiendrai à cela, monsieur le président, et madame Finestone, puisqu'on est mal placés pour en dire plus. Les personnes qui étaient devant vous étaient également requérantes devant le CRTC pour exploiter des canaux spécialisés.

Mrs. Finestone: I gather that the recommendation of the task force that we remain at a quota of 65% for French-language music vocals... you were not particularly keen on that. And yet you do not think that we should keep that there as a

point de repère. Parce qu'autrement dit, on va reculer. Cela m'inquiète. Je voulais seulement avoir votre point de vue.

M. Arpin: Notre association a fait de nombreuses représentations, dans le temps, pour discuter de cette question du 65 p. 100. Le chiffre de 65 p. 100 est un chiffre obtenu arbitrairement. Il n'a pas fait l'objet de discussions...

Mme Finestone: Mais c'est un point de repère.

M. Arpin: C'est un point de repère qui a été établi à un moment donné dans un contexte bien particulier. Depuis ce moment-là, il y a une crise économique en 1982, ce qui a fait que l'industrie du disque a non seulement ralenti mais est pratiquement arrivée à un temps mort.

• 1750

Il y a actuellement un mouvement de reprise. L'industrie de la radio suit ces mouvements-là. En ce moment, il y a un volume accru de pièces musicales francophones, et la radio joue davantage de choses diverses. Si on fixe un chiffre absolu de 65 p. 100 et s'il n'y a pas de volume, vous entendrez toujours la même pièce!

Mrs. Finestone: So is Musicaction helping you?

M. Arpin: Nous sommes membres fondateurs de Musicaction, et nous y contribuons financièrement.

The Chairman: But does it ever get played on the air?

Mr. Arpin: Sure. Why would I put my money in something...? I am putting six figures in—

The Chairman: To get a licence? It is done in English radio, and I am interested to know whether it is done in French radio.

Me Després: Lors d'une séance de comité antérieur, on avait déjà proposé au CRTC une autre norme. Si on veut parler de norme, si on sent absolument le besoin d'en avoir une pour qu'il y ait une ligne de conduite de tracée, on avait suggéré à ce moment-là au CRTC que ce genre de norme-là pourrait exister à titre d'exemple: la majorité plus une de nos pièces jouées au cours d'une journée.

[Traduction]

dans les journaux, la radio, la télévision et maintenant les services spécialisés. Comment l'introduction des services spécialisés vient-elle modifier l'équation?

Mr. Arpin: The applicants before the commission last summer did not have any plan for local advertising. We are not in a position to say much more than that, Mr. Chairman, Mrs. Finestone. The same people were also applicants before the CRTC to operate specialty services.

Mme Finestone: Je crois comprendre que la recommandation du groupe de travail visant le maintien du quota de 65 p. 100 visant la musique vocale en français... vous ne la prenez guère. Vous ne pensez pas que nous devrions le garder

as a benchmark. Otherwise, we will go backwards and I am worried about that. What do you think?

Mr. Arpin: Our association has made numerous representations during the years about the 65%. The 65% figure was set totally arbitrarily. It never was discussed...

Mrs. Finestone: But it has become the benchmark.

Mr. Arpin: It was set at a time when the situation was very special. Since the time of the economic crisis in 1982, the record industry has slowed down almost to a standstill.

There is presently a certain recovery, which the radio industry is in on too. There is now an increased volume of French music and the music heard on the radio is more and more diversified. Therefore, if you set an absolute quota of 65% without setting the volume of music, the same piece could be heard over and over.

Mme Finestone: Musicaction vous aide-t-elle?

Mr. Arpin: We are founding members of Musicaction and we help finance it.

Le président: Mais est-ce qu'on le joue à la radio?

M. Arpin: Bien sûr. Pourquoi investirais-je dans quelque chose qui...? J'investis des centaines de milliers de dollars...

Le président: Pour obtenir un permis? C'est ce qui se fait à la radio anglaise, et c'est pourquoi je voudrais savoir si cela se fait aussi à la radio de langue française.

Ms Després: At a previous committee meeting, we suggested another standard to the CRTC. If it is felt that standards and guidelines are really necessary, then we could suggest, as we did at that previous meeting that the CRTC set a standard such as the majority plus one of all the pieces played during one day.

[Text]

Mme Finestone: La majorité plus une.

Me Després: Oui. En termes de qualité, on voulait que ce soit une norme qui ne soit pas uniquement quantitative mais qualitative, et qui tienne aussi compte des efforts qu'on fait dans les autres secteurs.

Le président: Merci.

Mesdames et messieurs, je regrette que l'heure passe aussi vite, mais il nous faut passer aussi aux prochains témoins.

We are going to send you a group of written questions that did not get asked today, and we would very much appreciate your written response. Thank you for your help today.

Et maintenant nous recevrons un témoignage de la Société Radio-Québec et de son président, M. Jacques Girard.

Bonjour monsieur Girard, vous êtes le bienvenu. Voulez-vous nous faire une brève allocution et ensuite vous répondrez à nos questions.

M. Jacques Girard (président directeur général, Radio-Québec): Bonjour monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité.

Permettez-moi tout d'abord de vous présenter les deux personnes qui m'accompagnent. M. Gilbert Buzaré qui est vice-président à l'administration et à la technique et M. Pierre Roy, vice-président à la programmation.

Monsieur le président, j'aborderai très brièvement dix points mais je vous promets que ce sera très bref, un paragraphe pour chacun de ces points.

Compte tenu de la diversité et de la complexité des questions en jeu, dont la plupart ne concernent que très indirectement Radio-Québec, vous voudrez bien comprendre que nos considérations s'en tiennent à des énoncés d'ordre général qui ne traduisent cependant pas moins le sens et l'importance de nos préoccupations.

Premièrement, en ce qui a trait aux particularités de la radiodiffusion en français, Radio-Québec ne peut évidemment qu'en souhaiter la reconnaissance et l'affirmation de façon non équivoque. Ces particularismes se doivent d'être protégés tout autant contre la tentation de la multiplication induite des services qu'à l'égard de la prédominance de la culture américaine. Bien qu'elle n'oeuvre pas en radiophonie, Radio-Québec apprécie la primauté de la musique à la radio et son influence capitale sur le développement culturel de l'auditoire.

• 1755

Dès lors, il va de soi que nous soutenons le développement et le rayonnement de la chanson d'expression française selon des modalités qu'il ne nous appartient cependant pas de définir. Et je souligne au passage que nous avons participé avec M. Arpin à la Semaine de la chanson française, puisqu'il nous semblait qu'il était important pour Radio-Québec de témoigner de l'importance que nous attachions à cet événement.

[Translation]

Mrs. Finestone: The majority plus one.

Ms Després: Yes. We want the standard to be not only a standard of quantity but also of quality and to take into account all the efforts that are made in the other sectors.

The Chairman: Thank you.

Ladies and gentlemen, how time flies. Unfortunately, we must also hear other witnesses.

Nous vous enverrons une liste de questions écrites qui ne vous ont pas été posées aujourd'hui, auxquelles nous espérons que vous pourrez répondre. Merci de nous avoir apporté votre aide aujourd'hui.

Our next witness is Mr. Jacques Girard, chairman of the *Société Radio-Québec*.

Welcome, Mr. Girard. Would you please make a brief statement, after which you can answer our questions?

Mr. Jacques Girard (Chief Executive Officer, Radio-Québec): Thank you, Mr. Chairman, and members of the committee.

May I first introduce my two colleagues: Mr. Gilbert Buzaré, vice-chairman of administration and technique, and Mr. Pierre Roy, vice-chairman of programming.

Mr. Chairman, I will now deal with 10 items, but I promise you that I will be very brief.

Given the diversity and the complexity of the issues, which for the most part do not concern Radio-Québec directly, you will understand that we will only make general statements that nevertheless reflect the trend and the seriousness of our concerns.

First, as far as the specificity of French radio broadcasting is concerned, Radio-Québec can only hope that it can be recognized and reaffirmed unequivocally. These particular characteristics must be protected as much against the temptation of unduly multiplying the services as against the predominance of American culture. Although Radio-Québec has no radio broadcasting, we can appreciate the primacy of music on the airwaves and its capital influence on the cultural development of audiences.

Therefore, it is easy to understand why we support the development and the influence of French songs, the ways and means of which are nevertheless not ours to define. Incidentally, may I add that Mr. Arpin and myself have taken part in the *Semaine de la chanson française* in order for Radio-Québec to testify to the importance of that event.

[Texte]

Deuxièmement, en ce qui a trait au développement de Radio-Canada, Radio-Québec se réjouit de tout ce qui peut contribuer à l'autonomie, à la bonification et au rayonnement de ses services français, tant à la radio qu'à la télévision et tant au Québec que partout ailleurs au Canada. Radio-Québec considère cependant capital et essentiel, et pour nous c'est un point important, que toute réorientation ou que tout accroissement de ces services ne s'opère qu'après une juste appréciation de la nature, de la valeur et des limites des services offerts par les autres diffuseurs francophones tant publics que privés.

Troisièmement, entretenant des liens institutionnels et opérationnels harmonieux et de plus en plus soutenus avec l'Office national du film, Radio-Québec est à même de témoigner de l'intérêt et de la qualité de l'apport de l'ONF dans le domaine de la télévision. Radio-Québec estime que cette contribution peut et doit s'intensifier entre l'ONF et les partenaires intéressés. Elle considère cependant que la collaboration de l'ONF avec des diffuseurs tant publics que privés exclut, par le fait même, l'hypothèse selon laquelle l'ONF deviendrait lui-même, et de façon directe ou indirecte, diffuseur ou exploitant de canaux spécialisés.

Quatrièmement, Radio-Québec souscrit sans réserve à la recommandation selon laquelle «le Fonds de développement pour la production d'émissions de télévision canadienne soit reconduit au-delà de la date d'expiration de 1988... (et) ... qu'un tiers des fonds continue à être consacré aux émissions de langue française». Elle souscrit de la même façon aux recommandations visant Téléfilm Canada. Elle se dit d'avis que l'aide accordée par Téléfilm à même le fonds devrait l'être en tenant compte, par surcroît, de la conformité du projet aux besoins véritables et aux attentes légitimes des auditoires visés.

Cinquièmement, reconnaissant le rôle spécifique de la radio et de la télévision privée, Radio-Québec constate avec satisfaction les manifestations non seulement de respect mutuel mais encore de collaboration qui tendent de plus en plus à s'intensifier entre les secteurs publics et privés.

Sixièmement, à l'égard de la télévision payante et des canaux spécialisés, Radio-Québec tient à réaffirmer ici l'essentiel de ce qu'elle énonçait tout récemment devant le CRTC:

Les intérêts supérieurs des téléspectateurs commandent que l'apparition de nouveaux services spécialisés viennent enrichir et non pas anémier le système unique de la radiodiffusion canadienne, suivant l'expression de la loi, tel qu'il existe présentement. Dans le domaine de la diffusion, comme dans bien d'autres au Canada, force est de constater que la croissance quantitative n'est pas nécessairement liée à la bonification et à la complémentarité des services. Il importe donc d'apprécier avec justesse ce en quoi tout nouveau service spécialisé pourra constituer un ajout positif et significatif au système existant.

[Traduction]

Second, as far as the expansion of *Radio-Canada* is concerned, Radio-Québec welcomes all elements that can contribute to the autonomy, the improvement and the influence of their radio and television French services in Quebec and elsewhere in Canada. Nevertheless, for Radio-Québec it is essential that any change in their orientation or increase in their services be made only after they have carefully evaluated the nature, value and limitations of all services offered by other public or private French-language broadcasters.

Third, since we entertain a harmonious ongoing relationship with the National Film Board from both an institutional and operational point of view, Radio-Québec is able to testify to the interest and the quality of all NFB contributions to the television scene. Radio-Québec hopes that this contribution between the NFB and other interested parties can increase. We nevertheless believe that such co-operation between the Board and private and public broadcasters implies that the National Film Board can and should never become directly or indirectly involved either in broadcasting or in the operating of specialty services.

Fourthly, Radio-Québec agrees entirely with the recommendation that: "The Broadcast Fund should be extended beyond the 1988 expiry— (and) —that one-third of the support should continue to go toward French-language programming." We also agree entirely with the recommendations on Telefilm Canada. Radio-Québec submits that financial support given by Telefilm Canada through the Broadcast Fund should also take into account the way the project meets with the real and legitimate needs and aspirations of the audience at which it is aimed.

Fifth, since Radio-Québec recognizes the specific role played by private television and radio, we are happy to take note of the mutual respect that has developed and the co-operation, which is seemingly increasing, between the private and the public sectors.

Sixth, as far as Pay TV and specialized services are concerned, Radio-Québec wants to reiterate what we stated recently before the CRTC:

In the interests of the viewer, new specialized services must enrich rather than weaken the unique characteristics of our Canadian broadcasting system as stated in the act and as it presently exists. In matters of broadcasting, as in many other matters in Canada, we have to admit that increases in quantity do not necessarily mean an improvement of services or of their complementarity. Therefore, it is essential that we first determine carefully if any new specialized service can become a positive and significant addition to the existing structure.

[Text]

Septièmement, poursuivant, en collaboration avec l'Université du Québec en Abitibi, des travaux visant le développement de liens avec les communautés autochtones, Radio-Québec estime essentiel de soutenir les projets issus des communautés elles-mêmes en matière de radiodiffusion.

Huitièmement, s'intéressant à la question du multiculturalisme depuis l'établissement de son réseau de télévision en 1975, et à la suite à de nombreuses expériences, Radio-Québec considère que sa contribution la plus significative à l'égard des communautés culturelles s'exprime, à l'heure actuelle, par des interventions harmonisées dans le cadre normal de sa programmation. Je me permets d'ajouter que nous sommes en train de produire 20 nouvelles émissions de la série *Passe-Partout* et que, dans ces 20 nouvelles émissions, nous retrouverons deux personnages qui ne sont pas Canadiens. Nous retrouverons, de fait, une Haïtienne et un Vietnamien, et ces personnages vont demeurer dans la série pour toutes les autres émissions que nous allons produire. Et ces 20 nouvelles émissions portent sur les rapports des petits Québécois de vieille souche avec les jeunes Québécois, de jeune souche.

Neuvièmement, Radio-Québec souscrit à la recommandation du groupe de travail souhaitant «que d'autres études soient entreprises afin d'évaluer la faisabilité d'un étagement des services de programmation offerts par les câblodistributeurs», tout en n'exprimant pas d'opinion sur la façon d'y procéder. De plus, elle souscrit sans réserve à la recommandation visant l'instauration d'un «régime spécial d'établissement des tarifs de radiodiffusion et de transmission de Télésat Canada».

• 1800

Enfin, en ce qui concerne les droits des créateurs, Radio-Québec estime qu'il faudrait considérer beaucoup plus attentivement l'évolution accélérée du cadre culturel, technologique et économique dans lequel les radiodiffuseurs québécois et canadiens sont appelés à oeuvrer. Des questions telles que celles de la création médiatique, des droits mécaniques et des auditoires réels doivent être considérées sous tous leurs aspects dans l'intérêt véritable et à long terme de l'ensemble des parties intéressées.

Merci pour votre attention.

Le président: Merci, monsieur Girard. Madame McDonald.

Mme McDonald: Je parle en tant que personne qui voudrait voir des émissions sans publicité. Ce sont mes préjugés. Quel pourcentage de vos revenus vient des ventes de publicité? Quelle est votre stratégie dans ce domaine? Quelles sont vos normes?

M. J. Girard: Grosso modo, 10 p. 100 des revenus de Radio-Québec, au cours de la prochaine année, seront des revenus autonomes. De ces 10 p. 100, environ la moitié provient de ce que l'on appelle communément les spots publicitaires. Par ailleurs, comme vous le savez, nous avons une politique restrictive à l'égard de la publicité,

[Translation]

Seventh, since Radio-Québec is co-operating with the *Université du Québec* in Abitibi to develop links with native communities, we believe it is vital to support broadcasting projects that stem directly from the communities.

Eight, since Radio-Québec has always been interested in multiculturalism, ever since it was created in 1975, it is our experience that the best way to contribute to the development of cultural communities is by getting involved directly, though in harmony, without disrupting our regular programming. Might I add that we are producing 20 new programs for our series *Passe-Partout* that will involve two new characters that are not Canadian. The Haitian woman and the Vietnamese man will become permanent characters in all our future programming. The focus will be on the relationship between old-established Quebecers and newly arrived Quebecers.

Nine, Radio-Québec agrees with the recommendation of the task force that "further study should be undertaken to determine the feasibility of re-tiering cable service", even if we have no opinion on the way it should be done. We also agree entirely with the other recommendation on the creation of a "special regime of broadcast-carriage rate-setting for Telesat Canada".

Lastly, with respect to the rights of creators, Radio-Québec thinks that more attention should be paid to the fast-paced evolution of the cultural, technological and economic environment in which broadcasters from Quebec and Canada must work. Questions such as media creations, mechanical reproduction rights and real audiences should be considered from all angles to protect the true long-term interests of all the parties concerned.

Thank you for giving us your attention.

The Chairman: Thank you, Mr. Girard. Ms McDonald.

Ms McDonald: I speak as one who would like to see programs without advertising. I admit to that bias. Advertising sales account for what percentage of your revenues? What is your strategy in this regard? What are your standards?

Mr. J. Girard: Approximately 10% of Radio-Québec's revenue in the coming year will be self-generated. Of at 10%, approximately half will come from what are commonly called advertising spots. Furthermore, as you know, we have a restrictive policy with respect to advertising, a policy which we intend to maintain until

[Texte]

politique que nous entendons maintenir jusqu'au terme de la période expérimentale de deux ans. La publicité est concentrée au début et à la fin des émissions, et nous n'entendons pas interrompre les émissions.

Mme McDonald: J'ai une question sur les budgets des émissions dramatiques et de variétés de langue française. Normalement, ces budgets ne sont pas aussi adéquats que les budgets des émissions de langue anglaise. Je voudrais avoir votre opinion là-dessus, et également sur la question du maintien et de l'amélioration des cotes d'écoute.

M. J. Girard: Il est bien sûr que les budgets ne sont pas suffisants. Il nous semble, à cet égard, qu'il faut regarder de très près les budgets accordés à Téléfilm Canada, dans la mesure où l'on veut intervenir de façon systématique avec les producteurs indépendants. Il est absolument essentiel que ces budgets soient augmentés au cours des prochaines années. Nous faisons des efforts à Radio-Québec; nous produisons un certain nombre de dramatiques. Nous constatons que le prix augmente d'année en année. Il nous semble qu'il va falloir trouver des solutions financières à court terme, faute de quoi on risque d'assister à une dégradation de la situation actuelle.

Comme vous le savez, si Radio-Québec a décidé d'avoir recours à la publicité, c'est précisément pour contrer des restrictions budgétaires. Nous avons promis au CRTC et à la Régie des services publics de consacrer la totalité de nos revenus publicitaires à la programmation. Nous l'avons fait et nous entendons continuer à le faire.

Mme McDonald: J'ai une question sur la situation des femmes, sur les plans d'équité en matière d'emploi et sur la représentation des femmes à l'écran. Normalement, les femmes sont bien sous-représentées. Je voudrais que vous me donniez des chiffres écrits à ce sujet, car je suppose que vous n'avez pas cela sous la main. Quelles mesures prenez-vous pour améliorer la représentation des femmes à l'écran?

M. J. Girard: Je suis heureux de dire que nous sommes une des seules stations de télévision où il n'y a pas sous-représentation des femmes, mais surreprésentation des femmes.

Mme McDonald: Donc, les trois messieurs qui sont ici ne sont pas représentatifs de la situation des femmes à la haute direction?

M. J. Girard: Je parlais de la représentation à l'écran. Nous pourrions ensuite passer à la question des cadres, si vous le voulez.

Mme McDonald: Il y a deux questions. Elles sont liées, mais différentes. Si vous avez atteint l'égalité des femmes à l'écran, vous êtes le premier réseau à le faire. Ce serait un modèle valable pour nous. Pouvez-vous me donner des précisions à ce sujet?

• 1805

M. J. Girard: On peut vous donner des chiffres précis par écrit. De mémoire, nos principales émissions d'information et d'affaires publiques sont animées par des femmes. Je pense à *Droit de parole* avec M^{me} Claire

[Traduction]

the end of the two-year trial period. Advertising is batched at the beginning and end of programs and we do not intend to interrupt programs.

Ms McDonald: I would like to ask a question on the budgets of French-language drama and variety programming. Normally, those budgets are not as good as the budgets for English language programming. I would like to know your opinion on this and also on the question of maintaining and improving ratings.

Mr. J. Girard: Of course, the budgets are inadequate. On this point, we believe that the budgets granted to Telefilm Canada should be closely re-examined if we want to interact systematically with independent producers. It is absolutely essential that these budgets be increased in the coming years. We at Radio-Québec are doing our share; we produce a number of dramas. We find that the price increases year after year. Short-term financial solutions will have to be found if we want to avoid a further deterioration of the present situation.

As you know, Radio-Québec decided to go the advertising route to compensate for these budget restrictions. We have promised the CRTC and *Régie des services publics* that we will use all of our advertising revenues to improve programming. We have done so until now and it is our intention to continue doing so.

Ms McDonald: I would like to ask a question on the status of women, on your plans for achieving employment equity and on the proportion of women on screen. Normally, women are greatly under-represented. I would like you to provide me with these numbers in writing since I do not imagine that you have them at hand. What action have you taken to improve the proportion of women on screen?

Mr. J. Girard: I am proud to say that we are one of the only television stations where there is over-rather than under-representation of women.

Ms McDonald: So the three gentlemen who are here are not representative of the proportion of women at the upper management level?

Mr. J. Girard: I was speaking of representation on screen. If you would like, we could also talk of their representation in management.

Ms McDonald: There are two questions. They are linked but different. If you have achieved equality for women on screen, you are the first network to do so. That would be a valuable model for us. Can you give me specific numbers?

Mr. J. Girard: We can provide you with specific numbers in writing. If my memory is correct, our main news and public affairs programs are hosted women. I am thinking of *Droit de parole*, hosted by Claire Lamarche;

[Text]

Lamarche, à *Parler pour parler* avec M^{me} Janette Bertrand, à *Vidéotour*...

Mme McDonald: Il ne s'agit pas de chaque émission, mais du pourcentage par catégorie d'émissions. Je veux aussi savoir quelle est la participation des femmes à la direction et à la réalisation d'émissions achetées ou de coproductions.

Ma dernière question a trait au renouvellement de la licence de Radio-Québec à des fins éducatives. Le Groupe de travail Sauvageau-Caplan a fait une proposition à ce sujet, et je voudrais avoir votre opinion sur cette proposition.

M. J. Girard: Vous parlez de la proposition du Groupe Sauvageau-Caplan voulant que les instances gouvernementales de chacune des provinces déterminent les orientations de leur télévision éducative, n'est-ce pas? J'ai déjà eu l'occasion de dire devant votre Comité que c'est une position que nous appuyons.

Le président: Merci, madame McDonald. Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Vous semblez très fiers de votre émission *Passe-Partout*. Je pense aussi que c'est une excellente émission de Radio-Québec. Je n'ai qu'un commentaire à faire: elle est malheureusement diffusée en même temps que le bulletin de nouvelles et cela cause des problèmes aux parents. Mais ce qui est important, ce sont vos cotes d'écoute.

À ce propos, quelle est la cote d'écoute de Radio-Québec? Quelle part du marché allez-vous chercher présentement?

M. J. Girard: En chiffres globaux, au cours de la dernière année, nous avons 8 p. 100 du marché. Cela a augmenté sans cesse au cours des dernières années. Nous avons bon espoir que cela continuera à augmenter cette année. Par ailleurs, pour certaines soirées ou certaines émissions, notre part de marché peut dépasser 20 p. 100.

M. Blackburn (Jonquière): Particulièrement les émissions diffusées en début de soirée?

M. J. Girard: Je pense à des émissions comme *Droit de parole* ou *Parler pour parler*, ou à certaines dramatiques où, l'an dernier, le vendredi soir, notre part du marché francophone dépassait 20 p. 100.

M. Blackburn (Jonquière): Est-ce que Radio-Québec correspond à ce qu'on avait prévu à l'origine? Avez-vous dépassé vos objectifs ou si c'est en deçà de ce qui avait été planifié?

M. J. Girard: Nous ne nous sommes jamais fixé d'objectif spécifique en termes de cotes d'écoute, sauf celui de tenter de rejoindre le plus de téléspectateurs possible tout en respectant notre mandat éducatif et culturel.

M. Blackburn (Jonquière): Lorsqu'on a planifié Radio-Québec, pensait-on atteindre un marché comme celui-là? C'est une bonne cote d'écoute, 8 à 10 p. 100.

[Translation]

Parler pour parler hosted by Janette Bertrand; of *Vidéotour*...

Ms McDonald: I do not want the percentage for each program but rather the percentage by category. I would also like to know what the proportion of women is in management and in the production of purchased or co-produced programs.

My last question deals with Radio-Québec's licence renewal for education purposes. The Sauvageau-Caplan task force has made a recommendation on this subject and I would like to know what you think of it.

Mr. J. Girard: You are speaking of the Sauvageau-Caplan group's recommendation that government bodies in each province determine the framework for their own educational television programming, is that right? I have already had the opportunity of telling your committee that we support that recommendation.

The Chairman: Thank you, Ms McDonald. Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): You seem very proud of your show called *Passe-Partout*. I also think that it is an excellent program. I have only one comment to make: It is regrettably broadcast at the same time as the news and that raises problems for parents. But what concerns you are your ratings.

In fact, what are the ratings of Radio-Québec? What share of the market do you hold?

Mr. J. Girard: In total, we held 8% of the market in the last year. This share has increased constantly these last few years. We are fairly certain that it will increase again this year. In addition, our share of the market sometimes goes over 20% for certain evenings or certain programs.

Mr. Blackburn (Jonquière): Especially for programs shown in the early evening?

Mr. J. Girard: I am thinking of programs such as *Droit de parole* or *Parler pour parler*, or of certain dramas where, last year, our share of the francophone market went over 20% on Friday nights.

Mr. Blackburn (Jonquière): Has Radio-Québec done better than was originally planned? Have you done better than meet your objectives or has your performance fallen below expectations?

Mr. J. Girard: We have never set specific objectives for ourselves in terms of ratings other than to try to reach the greatest possible number of viewers while respecting our educational and cultural mandate.

Mr. Blackburn (Jonquière): When the plans for Radio-Québec were prepared, did you expect to achieve such a share of the market? Ratings of 8% to 10% are quite good.

[Texte]

M. J. Girard: Au début, Radio-Québec avait été conçue plutôt comme une télévision scolaire. Le jour où elle est devenue autre chose qu'une télévision scolaire, c'est-à-dire une télévision éducative et culturelle... Si vous voulez que l'on prenne les termes anglais, à mon avis, il y a une distinction à faire entre *instructional* et *educational*. Nous sommes d'abord et avant tout *educational*, ce qui ne nous empêche pas de faire des émissions d'éducation formelles durant la journée et même d'augmenter notre production dans ce secteur par l'intégration, à Radio-Québec, de la direction, de la production et de la distribution du matériel didactique du ministère de l'Éducation. C'est devenu, chez nous, la Direction de la télévision éducative formelle. Nous avons en chantier un certain nombre d'émissions destinées à un public large, dans le style de *Passe-Partout* ou de *À plein temps*, ou destinées à un public plus ciblé, en collaboration avec le ministère de l'Éducation ou avec certaines universités ou collèges d'enseignement général et professionnel, émissions que vous retrouvez principalement l'après-midi ou durant le week-end, le samedi et le dimanche. De plus, nous sommes en train d'étudier la possibilité de collaborations beaucoup plus étroites.

• 1810

M. Blackburn (Jonquière): De quelle façon Radio-Québec est-elle reliée au gouvernement du Québec? Quelle est la nature de cette relation?

M. J. Girard: Radio-Québec est une société d'État dotée d'un conseil d'administration, lequel est responsable de la définition des orientations de Radio-Québec et de l'approbation du budget de Radio-Québec. Nous sommes dans une situation tout à fait analogue à celle de TVOntario ou de Radio-Canada. Il y a un ministre responsable à l'Assemblée nationale, soit le ministre des Communications du Québec. Cependant, en tant que gestionnaires, nous nous sentons responsables au conseil d'administration et, par l'intermédiaire du conseil d'administration, au ministre des Communications.

M. Blackburn (Jonquière): Utilisez-vous beaucoup les productions de l'ONF?

M. J. Girard: Nous en avons utilisé quelques-unes au cours des dernières années. Nous devons reconnaître que nous les utilisons de moins en moins. C'est la raison pour laquelle nous avons mis sur pied deux comités, un comité conjoint Société de radio-télévision du Québec-ONF, et un comité tripartite ministère de l'Éducation du Québec-Office national du film-Radio-Québec, afin de voir comment on pourrait intensifier la collaboration et, au point de départ, mieux préciser les genres d'émissions, de films ou de documentaires qui devraient être faits pour répondre aux besoins des téléspectateurs.

Le président: Merci, monsieur Blackburn. Madame Finestone.

Mme Finestone: Vous dites que le caractère de la programmation de Radio-Québec est éducatif, culturel et informatif. C'est bien cela?

[Traduction]

Mr. J. Girard: In the beginning, Radio-Québec was designed to be instructional television. The day it stopped being only instructional television and became educational and cultural television... In my opinion, there is a difference between instructional and educational television. Before all else, we offer educational television, which does not prevent us from producing formal educational programming during the day and even from increasing our production in this area by integrating with in Radio-Québec the direction, production and distribution of educational material produced by the Ministry of Education. That has become, in our structure, the formal educational television branch. We are preparing a certain number of programs aimed at a wide audience, like *Passe-Partout* or *À plein temps*, or at a narrower audience, in co-operation with the Ministry of Education or with certain universities or CEGEPs. These programs will be shown mainly in the afternoon or on Saturdays and Sundays. Furthermore, the possibility of much closer co-operation is under consideration.

Mr. Blackburn (Jonquière): How is Radio-Québec linked to the Government of Quebec? What kind of relationship is it?

Mr. J. Girard: Radio-Québec is a state-owned corporation headed by a board of directors, which is responsible for defining its policies and approving its budget. Our status is quite comparable to that of TVOntario or the CBC. The communications minister of Quebec is answerable for the corporation to the National Assembly. In spite of that, however, as managers, we feel we have to answer to the board of directors and, through the board, to the minister of communications.

Mr. Blackburn (Jonquière): Do you screen a lot of the NFB's productions?

Mr. J. Girard: We have shown a few of them these last few years, however, we must recognize that we show them less and less. That is the reason why we have created two committees, a joint one to which belong the *Société de radio-télévision du Québec* and the NFB, and another tripartite committee comprising the Department of Education of Quebec, the National Film Board and Radio-Québec, so as to find means for a closer co-operation and, to start with, to better determine the types of programs, films or documentaries which could be made to suit the viewing audience's needs.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn. Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: You say that Radio-Québec's programming is educational, cultural and informative. Am I right?

[Text]

M. J. Girard: Je dirais plutôt éducatif au sens formel—*instructional*.

Mme Finestone: Je me réjouis du fait que les communautés culturelles sont représentées dans votre équipe, non seulement à l'écran, mais aussi, je l'espère, derrière la scène.

M. J. Girard: C'est une question dont on a discuté tout au début de la semaine. Un bon nombre des membres du personnel de Radio-Québec viennent des différentes communautés culturelles.

Mrs. Finestone: I would now like to address to you a very serious concern that was expressed here today. It came from the English-speaking community of Quebec, which is an integral part of the fabric of Quebec. They do not hear, see, or know of themselves on Radio-Québec. They have stated that our problem in Quebec is that to this day Radio-Québec, our provincial broadcaster, which operates on a \$60 million taxpayer base annually, has not offered to originate any programming in English other than a few hours per week for use in schools commissioned directly by the *ministère de l'Éducation*.

Pour ma part, et pour les 800,000 anglophones du Québec qui font partie intégrante du tissu québécois, je trouve que c'est un

Boston Tea Party; taxation with no representation.

J'aimerais bien savoir quand et comment vous allez répondre aux besoins de la communauté de langue anglaise du Québec. Ils veulent s'intégrer et suivre l'évolution de l'éducation, de l'information et de la culture au Québec. Comment voulez-vous qu'ils le fassent s'ils ne se retrouvent même pas sur les ondes? Je ne parle pas des affiches, mais des médias qui font la formation d'une population. Ne croyez-vous pas qu'il est temps d'y voir?

M. J. Girard: Là-dessus, la position de Radio-Québec a toujours été claire, et je ne peux que vous la répéter.

• 1815

Pour ce qui est de l'aspect formel de la programmation, les anglophones doivent être traités exactement de la même façon que les francophones. C'est la raison pour laquelle, il y a trois ans—cela n'a commencé qu'il y a trois ans—, nous avons accepté de diffuser des émissions en anglais. C'est avec beaucoup d'attention que nous examinons cette question. Il n'y aurait pas d'objection de principe à augmenter le volume de ces émissions.

Pour ce qui est de la programmation dite éducative au sens large et culturelle, la position a toujours été la suivante. L'offre télévisuelle anglophone était largement supérieure à l'offre télévisuelle francophone. En conséquence, c'étaient les francophones qui se trouvaient défavorisés, au Québec ou ailleurs au Canada, par rapport à la population anglophone. C'est la raison pour laquelle

[Translation]

Mr. J. Girard: I would specify that it is educational in the strict sense: instructional.

Mrs. Finestone: I notice with pleasure that the various cultural communities are represented in your group, not only on the screen but also, at least so I hope, behind the scenes.

Mr. J. Girard: This is a question we discussed at the beginning of the week. A good number of people in Radio-Québec's personnel do come from different cultural groups.

Mme Finestone: J'aimerais maintenant vous faire part d'une très grande préoccupation qui nous a été manifestée aujourd'hui par la collectivité anglophone du Québec, qui fait partie intégrante du tissu social de cette province. Or, les anglophones du Québec ne se voient, ne s'entendent ni ne se reconnaissent sur les ondes de Radio-Québec. Toujours d'après eux, notre problème au Québec tient au fait que jusqu'à ce jour, la chaîne provinciale publique, Radio-Québec, qui fonctionne grâce aux contributions de 60 millions de dollars qui lui proviennent des contribuables à chaque année, n'a pas offert de diffuser en anglais autre chose que quelques heures par semaine d'émissions scolaires commandées directement par le ministère de l'Éducation.

As one of the 800,000 English-speaking members of the Quebec population, who are an integral part of Quebec society, this seems to me like the

Boston Tea Party; la taxation sans représentation.

I would really like to know when and how you will meet the needs of the English-speaking community of Quebec. Its members want to integrate, and follow the changing trends in education, information and culture in Quebec. Well, how can they do that if they do not even see themselves on the air? I am not speaking here about signs or bills, but rather about the media that help to shape the outlook of a people. Do you not think it is time to do something?

Mr. J. Girard: Concerning this, Radio-Québec's position has always been clear, and I can only repeat it here for your benefit.

Concerning formal programming, the English-speaking population must be treated in exactly the same way as the French-speaking one. That is why, starting three years ago, we accepted to broadcast English programs. We are studying the matter very closely, and in principle, we have no objection to increasing the number of those programs.

Now, about the educational programming in a wider sense, and the cultural programming, our position has always been the following. The supply of English-language television programs has always been much more substantial than the supply of French language programs. Therefore, it was the French-speaking population, in Quebec or elsewhere in Canada, that was at a disadvantage

[Texte]

nous n'avons jamais envisagé la création d'une deuxième chaîne, une chaîne anglophone, comme TVOntario l'a fait.

Par ailleurs, nous nous sommes souvent interrogés sur une certaine désaffection de la population anglophone à l'égard de Radio-Québec. Il n'est pas interdit de penser que nous pourrions prendre des moyens pour encourager davantage les anglophones à regarder Radio-Québec. Nous avons, comme vous le savez, un cinéma d'excellente qualité, sans interruptions publicitaires, et il serait peut-être utile et pertinent que Radio-Québec fasse un effort que nous n'avons pas fait jusqu'à maintenant du côté anglophone.

Certaines émissions comme *Nord-Sud* ou des émissions d'information sont, à notre avis, conçues de telle sorte qu'elles répondent aux besoins de l'ensemble de la population, qu'elle soit francophone ou anglophone.

Mme Finestone: Je me réjouis de cette réponse. Je vous assure que

to be disenfranchised at 99%, and to be a contributing financial member to the service, is a disservice to any member of Quebec society.

I think it is time this particular matter was addressed. I am very pleased to hear you have an open mind in that regard, and I would like to tell you that since we are at least 13% of the population, we ought to have a face and a voice. Further, if we want to see ourselves as an active participating member, it is one of the few areas of educational broadcasting, in the largest sense of educational, in which this community can feel it is a participant. The disenfranchisement is not an acceptable process.

I am therefore very pleased, and I am sure the group that came before us will be pleased to note, that you are paying some attention to this. I hope the Minister reads these *Minutes of Proceedings and Evidence*, and pays some attention as well. I thank you very much.

Mr. J. Girard: I must say that we would be very pleased to meet with these groups, but unfortunately it seems they are not really interested in meeting with us.

Mrs. Finestone: I would like to tell you that as for the Quebec Association for Adult Learning Incorporated, *l'Association québécoise pour l'éducation permanente*, immediately following this meeting this evening they will receive a phone call from me and I will advise them that you, Mr. Girard, and your *conseil d'administration* are open to a meeting with them. They will be more than delighted to accommodate, and if they have not asked so far, perhaps there is a sense of oppression they should not have had, but have felt. I thank you very much.

Mr. Gormley: Mr. Girard, just for the record, given your relatively high rating and what we have heard thus far, does Radio-Québec consider itself to be in direct

[Traduction]

compared with the English-speaking one. That is why we have never considered setting up a second English-speaking channel, on the model of what TVOntario has done.

This being said, we have often wondered about a certain lack of interest for Radio Quebec on the part of the English-speaking population. It is not impossible that we could take measures to encourage English-speaking Quebecers to watch Radio-Québec programming. You probably know that we broadcast films of very high quality, without any commercial interruptions, and it would perhaps be useful and timely for Radio Quebec to make more efforts that we have made up to now to reach the English-speaking viewers.

Certain programs, for example *Nord-Sud* or information programs, are such that we think they answer the needs of the population in general, be it French-speaking or English-speaking.

Mrs. Finestone: I am happy to hear that. I can assure you that

le fait d'être écarté à 99 p. 100 tout en contribuant au fonctionnement du service fait du tort à tous les membres de la société québécoise.

À mon avis, il est temps qu'on se penche sur la question. J'ai noté avec très grande satisfaction votre ouverture d'esprit à cet égard et, à mon avis, étant donné que nous représentons au moins 13 p. 100 de la population, nous devrions être représentés sur les ondes. En outre, si nous voulons être des membres actifs de la société, la programmation éducative, dans son sens le plus large, demeure l'un des domaines auxquels cette collectivité peut participer. L'exclusion n'est certainement pas acceptable.

Vos propos me font donc grand plaisir, et je suis sûre que le groupe ayant témoigné devant nous sera lui aussi content de l'attention que vous avez décidé d'accorder à cette question. J'espère aussi que le ministre lira les *Procès-verbaux et témoignages* de nos réunions et se penche lui aussi sur la question. Merci beaucoup.

M. J. Girard: Nous serions très heureux de rencontrer ces groupes, mais, malheureusement, ils ne semblent pas partager ce désir.

Mme Finestone: Vous pouvez être sûrs que, dès que la séance de ce soir sera levée, je téléphonerai à l'Association québécoise pour l'éducation permanente afin de lui dire que vous, M. Girard et votre conseil d'administration, êtes disposés à la rencontrer. Elle sera plus que ravie de se rendre à votre invitation et, si elle ne vous a pas demandé elle-même de vous rencontrer jusqu'à maintenant, c'est peut-être parce qu'à tort elle s'est sentie quelque peu opprimée. Merci beaucoup.

M. Gormley: Monsieur Girard, à titre d'éclaircissement, étant donné votre cote d'écoute assez élevée et ce que nous avons entendu dire jusqu'à

[Text]

competition with private and public broadcasters in Montreal?

Mr. J. Girard: First of all, I must say that we do consider ourselves to be different, in an educational and a cultural sense. However, in a sense I must say, yes, we are in competition with the other broadcasters.

Mr. Gormley: My final two questions involve the general area of producing and programming. What collaboration have you had to date with independent producers in the province of Quebec, with Telefilm, and with other educational television stations and networks across Canada?

Mr. J. Girard: With the independent producer, it is increasing very rapidly.

On a décidé de consacrer 25 p. 100 du budget de production au secteur indépendant au cours des quatre prochaines années. Nous avons rendu public, le printemps dernier, un document intitulé *Appel de projets* qui a été remis à tous les producteurs indépendants et dont ils se sont déclarés très satisfaits.

• 1825

C'était la première partie de la question.

I am sorry; can you repeat the other part?

Mr. Gormley: Avec Téléfilm Canada.

Mr. J. Girard: Avec Téléfilm Canada, nous avons eu des échanges extrêmement intéressants. Nous avons obtenu, via les producteurs indépendants avec lesquels nous travaillons, des sommes non négligeables. Si ma mémoire est bonne, on peut parler, pour la présente année, d'une somme de 4 millions de dollars. Il est évident qu'il nous en aurait fallu bien davantage et que, faute de fonds—et il me paraît extrêmement important de le dire devant les membres de cette commission—faute de fonds, nous devons reporter des projets extrêmement importants, des projets dans le domaine de l'éducation formelle.

Je peux vous citer un projet qui allait traiter du troisième âge. Ce projet était intitulé *C'est toujours la première fois que l'on a son âge*. Téléfilm Canada vient de nous dire qu'il n'y a plus de fonds disponibles. Il y a deux ou trois projets majeurs que nous devons abandonner en raison de cette décision qui vient d'être prise.

We find it very difficult to accept such a situation, because it in fact means that we will have to change, quite rapidly, our programming.

Mr. Gormley: Other educational broadcasters—how much back and forth is there?

Mr. J. Girard: The relationship is quite good. We do meet regularly. But we think we should intensify what we are doing right now, especially with TVO. I am pleased to say that we are meeting more regularly. Just two weeks ago Mr. Roy went to Toronto, and we have decided to look very closely at certain subjects and certain topics in

[Translation]

maintenant, d'après vous, est-ce qu'à Radio-Québec on estime être en concurrence directe avec les autres chaînes privées et publiques de Montréal?

M. J. Girard: D'abord, je dois préciser que nous nous estimons différents, à la fois sur les plans éducatif et culturel. Cela dit, il est vrai que dans un sens nous faisons concurrence aux autres chaînes.

M. Gormley: Mes deux dernières questions portent sur la production et la programmation. Jusqu'à maintenant, quels ont été vos liens de collaboration avec les producteurs indépendants du Québec, avec Téléfilm et avec d'autres chaînes éducatives du Canada?

M. J. Girard: Nos liens avec les producteurs indépendants se resserrent très rapidement.

We have decided to earmark 25% of our production budget to independent producers for the next four years. Last spring, we sent out an «Invitation to submit projects», to all independent producers, who said they were very satisfied with it.

This was for the first part of the question.

Excusez-moi; pouvez-vous répéter l'autre partie?

Mr. Gormley: Concerning Téléfilm Canada.

Mr. J. Girard: With Téléfilm Canada, we have had very interesting exchanges. Through the independent producers who work with us, we have obtained sizeable amounts of money. If I am not mistaken, for the current year, I think it is \$4 million. Of course, we need much more, and I think it important to have on the record that for lack of funds, we had to defer some very important projects in the field of formal educational programming.

For example, I can mention a project which was to have covered the topic of senior citizens. It was to be called: *C'est toujours la première fois que l'on a son âge* (It is always the first time that one reaches one's age). Now Téléfilm Canada has just told us that there are not any available funds left. There are two or three major projects that we will have to abandon because of this decision.

Une telle situation nous paraît très difficile à accepter car elle nous oblige à modifier très rapidement notre programmation.

M. Gormley: Quels sont vos échanges avec les autres chaînes éducatives?

M. J. Girard: Nous avons de très bons rapports avec elles. Nous nous rencontrons régulièrement. Mais nous estimons que nous devrions accélérer le rythme de nos rencontres, surtout avec TV-Ontario. Je suis d'ailleurs heureux de vous dire que déjà, nous nous rencontrons de façon plus régulière. Il y a deux semaines, M. Roy s'est

[Texte]

which it would be possible, at last, to be able to co-operate in a more significant manner than has been the case up to now.

Mr. Gormley: What licence fees do you pay when you buy independent productions?

M. Pierre Roy (vice-président à la programmation, Radio-Québec): La moyenne est de 20 à 25 p. 100 du coût de production selon les productions. Nous reconnaissons que ce pourcentage pourrait augmenter. Nous y travaillons. Dernièrement, nous avons même augmenté notre participation. Devant le besoin de plus en plus grand de financement de la part des producteurs, étant donné la disparition de l'abri fiscal et étant donné la limitation budgétaire à Téléfilm Canada, nous avons augmenté cette participation. Il ne faut cependant pas oublier qu'il nous faut fonctionner à l'intérieur des limites de nos budgets. C'est à peu près le pourcentage que nous y consacrons.

Mr. Gormley: What do you say to the producers' concerns, who have appeared here and around the country, that licence fees are far too low?

M. Roy: C'est un problème au Canada. Cela semble répandu. Le coût des licences est beaucoup plus élevé dans d'autres pays. Il ne faut pas oublier que nous travaillons dans un marché de 5 millions de téléspectateurs, qu'il en coûte au moins aussi cher pour produire ici que pour produire à l'extérieur, sinon même plus cher qu'en France. Certaines productions sont plus coûteuses au Québec qu'elles le sont en France, pour un marché qui est environ onze fois moins important.

Donc, au prorata de notre mise de fonds dans le domaine de la production, nous sommes supérieurs à la France en ce qui concerne les acquisitions que nous faisons.

Le président: Merci, messieurs Girard, Roy et Buzaré. Nous avons entendu des choses intéressantes cet après-midi. Nous donnerons peut-être des questions écrites à Radio-Québec.

This meeting stands adjourned.

[Traduction]

rendu à Toronto, et nous avons décidé d'étudier de près certains sujets et thèmes à l'égard desquels nous pourrions coopérer de façon beaucoup plus étroite.

M. Gormley: Quels droits devez-vous payer lorsque vous achetez les productions des indépendants?

Mr. Pierre Roy (Vice-President, Programming, Radio-Québec): On average, the licence fee is between 20% and 25% of the production costs, depending on the production itself. We recognize that this percentage could go up and are working on it. Lately, we have even increased our participation. This is due to the fact that the financing needs of the independent producers are growing, and to the disappearance of the tax shelter and the budgetary limits of Téléfilm Canada. However, one must not forget, we also must operate within the limits of our own budgets. But as I said, that is roughly the percentage that we can contribute.

M. Gormley: Que pensez-vous de l'affirmation des producteurs qui ont témoigné ici et ailleurs au pays, d'après laquelle les droits d'exploitation sont beaucoup trop faibles?

Mr. Roy: It is a problem in Canada, and it seems widespread. Licence fees are much higher in other countries. Let us not forget that we are operating in a market of 5 million viewers, and that it costs us at least as much to produce here than to produce outside the country, and the costs are perhaps even higher than in France. It is certainly more expensive to finance certain productions here than in France, and for a market that is about 11 times smaller.

Therefore, in proportion to our share of production costs, we acquire a greater number of productions that is done in France.

The Chairman: Thank you, Messrs. Girard, Roy and Buzaré. We have heard some interesting things this afternoon. We may send written questions to Radio-Québec.

La séance est levée.

From the Quebec Farmers' Association:

Steve Gruber, Executive Secretary.

From Télévision Quatre-Saisons:

André Picard, Program Director;

Charles Bélanger, Vice-President, CFCF Inc.

From the Canadian Broadcasting Corporation (French Radio Network):

Jean Blais, Vice-President;

Paul-Marie Lapointe, Program Director;

Hélène Robillard-Frayne, Assistant Program Director.

From Groupe Vidéotron Ltée:

André Chagnon, President and General Manager.

From the Association canadienne de la radio et de la télévision de langue française:

Bernard Montigny, President;

Monique Després, Vice-President (Radio);

Louis Audet, Vice-President (Television);

Michel Arpin, Vice-President (Planning),
Communications Radio-Mutuelle Inc.;

Liette Champagne, Vice-President, Télémédia
Communications Inc.

From the Société de radio-télévision du Québec (Radio-Québec):

Jacques Girard, President and General Manager;

Pierre Roy, Vice-President (Programming).

De la Quebec Farmers' Association:

Steve Gruber, secrétaire général.

De la Télévision Quatre-Saisons:

André Picard, directeur des programmes;

Charles Bélanger, vice-président, CFCF Inc.

De la Société Radio-Canada (Réseaux français de radio):

Jean Blais, vice-président;

Paul-Marie Lapointe, directeur des programmes;

Hélène Robillard-Frayne, adjointe du directeur des
programmes.

Du Groupe Vidéotron Ltée:

André Chagnon, président et chef de la direction.

*De l'Association canadienne de la radio et de la télévision
de langue française:*

Bernard Montigny, président;

Monique Després, vice-présidente (radio);

Louis Audet, vice-président (télévision);

Michel Arpin, vice-président à la planification,
Communications Radio-Mutuelle Inc.;

Liette Champagne, vice-présidente, Télémédia
Communications Inc.

De la Société de radio-télévision du Québec (Radio-Québec):

Jacques Girard, président-directeur général;

Pierre Roy, vice-président à la programmation.



*If undelivered, return COVER ONLY to:
Canadian Government Publishing Centre,
Supply and Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9*

*En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Centre d'édition du gouvernement du Canada,
Approvisionnement et Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9*

WITNESSES

From the Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec:

Yves Bernard, President;
Roger Rhéaume, General Secretary.

From the Canadian Broadcasting Corporation (French TV Network):

Franklin Delaney, Vice-President;
Francine Côté, General Director, Planning;
Jean-Paul Kirouac, Assistant General Director,
Planning (Broadcasting);
Pierre O'Neil, General Director, Programs
(Information);
Andrée-Anne Bournival, Assistant General Director,
Programs (Internal Production).

From The Réseau de télévision TVA Inc.:

Claude Blain, President and General Manager.

From the Quebec Association for Adult Learning Inc.:

Steve Gruber, President;
Jean Ogilvie, Chairperson, Distance Education
Subcommittee.

(Continued on previous page)

TÉMOINS

De l'Association des radiodiffuseurs communautaires du Québec:

Yves Bernard, président;
Roger Rhéaume, secrétaire général.

De la Société Radio-Canada (Réseau français de télévision):

Franklin Delaney, vice-président;
Francine Côté, directrice générale de la Planification;
Jean-Paul Kirouac, directeur général adjoint de la
Planification (diffusion);
Pierre O'Neil, directeur général des programmes
(information);
Andrée-Anne Bournival, directrice générale adjointe
des programmes (production interne).

Du Réseau de télévision TVA Inc.:

Claude Blain, président-directeur général.

De la Quebec Association for Adult Learning Inc.:

Steve Gruber, président;
Jean Ogilvie, présidente, Sous-comité de l'éducation à
distance;

(Suite à la page précédente)

AI
2c 31
- B84

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 63

Thursday, October 22, 1987
Montreal, Quebec

Chairman: Jim Edwards

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 63

Le jeudi 22 octobre 1987
Montréal (Québec)

Président: Jim Edwards

*Minutes of Proceedings and Evidence of the
Standing Committee on*

Communications and Culture

*Procès-verbaux et témoignages du Comité
permanent des*

Communications et de la culture

RESPECTING:

Consideration of the Report of the Task Force on
Broadcasting Policy

CONCERNANT:

Étude du Rapport du Groupe de travail sur la
politique de la radiodiffusion

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)

Second Session of the Thirty-third Parliament,
1986-87

Deuxième session de la trente-troisième législature,
1986-1987

STANDING COMMITTEE ON
COMMUNICATIONS AND CULTURE

Chairman: Jim Edwards

Vice-Chairman: John Gormley

Members

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Thomas Hall
Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DES
COMMUNICATIONS ET DE LA CULTURE

Président: Jim Edwards

Vice-président: John Gormley

Membres

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Le greffier du Comité
Thomas Hall

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, OCTOBER 22, 1987
(112)

[Text]

The Standing Committee on Communications and Culture met in Montreal, Quebec, at 9:09 o'clock a.m. this day, the Chairman, Jim Edwards, presiding.

Members of the Committee present: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone and John Gormley.

Acting Member present: Lynn McDonald for Simon de Jong.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee; Robert Pilon, Consultant to the Committee. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and Mildred Morton, Research Officers.

Witnesses: *From the Canadian Broadcasting Corporation Television Network Advisory Committee:* Robert Bonneau, Chairman; and Ken Clark, Doug Garraway and Bill Callender, Members. *From the New Brunswick Broadcasting Co. Limited:* Ken Clark, President and General Manager. *From Télé-Métropole Inc.:* Gilles Vinet, Vice-President, Legal and Governmental Affairs.

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (*see Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday, February 10, 1987, Issue No. 19*).

The witnesses from the Canadian Broadcasting Corporation Television Network Advisory Committee each made a statement and answered questions.

The witness from the New Brunswick Broadcasting Co. Limited made a statement and answered questions.

The witness from Télé-Métropole Inc. made a statement and answered questions.

At 12:10 o'clock p.m., the Committee adjourned until 1:30 o'clock p.m. this day.

AFTERNOON SITTING
(113)

The Standing Committee on Communications and Culture met in Montreal, Quebec, at 1:35 o'clock p.m. this day, the Chairman, Jim Edwards, presiding.

Members of the Committee present: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone and John Gormley.

Acting Member present: Lynn McDonald for Simon de Jong.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee; René Lemieux and Robert Pilon, Consultants to the Committee. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and Mildred Morton, Research Officers.

PROCÈS-VERBAUX

LE JEUDI 22 OCTOBRE 1987
(112)

[Traduction]

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit à Montréal, au Québec, aujourd'hui à 9 h 09, sous la présidence de Jim Edwards, (*président*).

Membres du Comité présents: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone, John Gormley.

Membre suppléant présent: Lynn McDonald remplace Simon de Jong.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de la recherche du Comité; Robert Pilon, conseiller du Comité. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et Mildred Morton, attachés de recherche.

Témoins: *Du Comité consultatif du réseau de télévision de la Société Radio-Canada:* Robert Bonneau, président; Ken Clark, Doug Garraway et Bill Callender, membres. *De la New Brunswick Broadcasting Co. Limited:* Ken Clark, président-directeur général. *De Télé-Métropole Inc.:* Gilles Vinet, vice-président, Affaires juridiques et gouvernementales.

Le Comité examine de nouveau le rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, document déféré au Comité le jeudi 29 janvier 1987 (*voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Les témoins du Comité consultatif du réseau de télévision de la Société Radio-Canada font chacun une déclaration et répondent aux questions.

Le témoin de la New Brunswick Broadcasting Co. Limited fait une déclaration et répond aux questions.

Le témoin de Télé-Métropole Inc. fait une déclaration et répond aux questions.

À 12 h 10, le Comité interrompt les travaux pour les reprendre, aujourd'hui à 13 h 30.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI
(113)

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit à Montréal, au Québec, aujourd'hui à 13 h 35, sous la présidence de Jim Edwards, (*président*).

Membres du Comité présents: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone, John Gormley.

Membre suppléant présent: Lynn McDonald remplace Simon de Jong.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de la recherche du Comité; René Lemieux et Robert Pilon, conseillers du Comité. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et Mildred Morton, attachés de recherche.

Witnesses: From Seneca Communications: Peter Rice, President. From the Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma: Pascal Gélinas, President; Daniel Gourd, Executive Vice-President; and Robert Desrosiers, Executive Director. From the Canadian Broadcasting Corporation: Pierre Juneau, President; W.T. Armstrong, Executive Vice-President; Anthony Manera, Senior Vice-President; Steve Cotsman, Vice-President, Finance; Franklin Delaney, Vice-President, French Television Network; and Robert Cowling, Lorraine Duguay and Paul Fraser, Members, Board of Directors.

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (*see Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday, February 10, 1987, Issue No. 19*).

The witness from Seneca Communications made a statement and answered questions.

The witnesses from the *Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma* made a statement and answered questions.

The President of the Canadian Broadcasting Corporation made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

At 5:33 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Thomas Hall
Clerk of the Committee

Témoins: De Seneca Communications: Peter Rice, président. De la Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma: Pascal Gélinas, président; Daniel Gourd, vice-président exécutif; Robert Desrosiers, directeur exécutif. De la Société Radio-Canada: Pierre Juneau, président; W.T. Armstrong, vice-président exécutif; Anthony Manera, premier vice-président; Steve Cotsman, vice-président, Finances; Franklin Delaney, vice-président, Réseau français de télévision; Robert Cowling, Lorraine Duguay, Paul Fraser, membres. Conseil d'administration.

Le Comité examine de nouveau le rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, document déposé au Comité le jeudi 29 janvier 1987 (*voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Le témoin de *Seneca Communications* fait une déclaration et répond aux questions.

Les témoins de la *Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma* font une déclaration et répondent aux questions.

Le président de la *Société Radio-Canada* fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

À 17 h 33, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Le greffier du Comité
Thomas Hall

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

[Texte]

Thursday, October 22, 1987

• 0900

The Chairman: Order. This morning we have a change of schedule. We have been informed that there is an illness among the witnesses, from Alliance Quebec and they will be unable to make their appearance. Therefore, we will begin with the National Advisory Council Committee of CBC Affiliates; and because one of their members is also involved with New Brunswick Broadcasting, we will follow with New Brunswick Broadcasting at approximately 10 a.m., following which we will hear from Télé-Métropole. That will be the agenda for the morning.

We welcome this morning the National Advisory Council Committee of CBC Affiliates, chaired by Mr. Robert Bonneau, who is accompanied by members of the Television Network Advisory Committee of the CBC and counsel.

M. Robert Bonneau (président, National Advisory Council Committee of CBC Affiliates): Merci, monsieur le président.

Madame, messieurs les membres du comité, je suis Robert Bonneau. Mes collègues sont M. Bill Callender, de Sudbury, Ontario; M. Ken Clark, de Saint John, Nouveau-Brunswick; et M. Doug Garraway, de Barrie, Ontario. Nous sommes tous membres du comité consultatif du réseau de Radio-Canada. Nous sommes accompagnés ce matin de Me Robert Laughton, de l'étude Gowling and Henderson d'Ottawa; ce dernier a mené nos négociations avec la société, depuis quelques années.

Nous représentons 31 affiliés de Radio-Canada, disséminés un peu partout d'un océan à l'autre; nous avons 26 affiliés anglophones et cinq affiliés francophones.

Tous nos affiliés peuvent se considérer comme des pionniers de la télévision dans le pays, chacun dans sa région. Nous avons participé à la création de ce réseau avec la Société et continuons de contribuer à sa diffusion à travers le pays. Nos affiliés représentent une part importante de ce réseau de Radio-Canada.

Le rapport du groupe de travail Sauvageau-Caplan a déjà souligné le rôle précieux qu'ont joué les affiliés en desservant un auditoire considérable à travers le pays. Des stations affiliées ont été impliquées dans la création d'un groupe, Can Pro, qui a été créé en 1974. Ce groupe souligne les productions exceptionnelles des créateurs canadiens. Les affiliés y ont contribué en exposant leurs productions et en échangeant leurs idées de programmes avec leurs collègues des autres réseaux. Par exemple, en 1987, 24 médailles d'or du concours Can Pro ont été

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

[Traduction]

Le jeudi 22 octobre 1987

Le président: La séance est ouverte. Nous avons dû modifier l'ordre du jour de ce matin. Nous avons appris que les représentants de Alliance Québec ne pourront pas comparaître puisque l'un d'entre eux est malade. Par conséquent, nous allons commencer par le Comité du conseil consultatif national des affiliés de Radio-Canada. Comme l'un de leurs membres travaille aussi avec l'Association des radiodiffuseurs du Nouveau-Brunswick, nous entendrons ensuite ce groupe vers 10 heures, après quoi nous passerons aux représentants de Télé-Métropole. Voilà l'ordre du jour de ce matin.

J'aimerais maintenant souhaiter la bienvenue au Comité du conseil consultatif national des affiliés de Radio-Canada, présidé par M. Robert Bonneau qui est accompagné par les membres du Comité consultatif du réseau de télévision de Radio-Canada et leur avocat-conseil.

Mr. Robert Bonneau (Chairman, National Advisory Council Committee of CBC Affiliates): Thank you, Mr. Chairman.

Ladies and gentlemen of the committee, my name is Robert Bonneau. With me this morning are Mr. Bill Callender of Sudbury, Ontario; Mr. Ken Clark of Saint John, New Brunswick, and Mr. Doug Garraway of Barrie, Ontario. We are all members of the Advisory Committee of the CBC network. With us this morning is Mr. Robert Laughton of Gowling and Henderson of Ottawa. Mr. Laughton assisted us in our negotiations with the CBC.

We represent the 31 television affiliates of the CBC, located in communities from coast to coast in Canada, comprising 26 English language and five French language television stations.

All our affiliates can consider themselves as pioneer broadcasters in their respective geographic areas. We have participated in the creation of the network with the CBC and continue to contribute to its broadcasting efforts throughout the country. Our affiliates constitute a significant part of the CBC network.

The Caplan-Sauvageau task force has already stressed the valuable service provided to the CBC by the affiliates in delivering to a substantial audience. The affiliates have been involved with and supported Can Pro since its inception in 1974. The task force has stressed the exceptional quality of productions attributable to Canadian creators. The affiliates contributed to the effort by sharing their production and program concepts with their colleagues in other networks. For example, in 1987, 24 Can Pro Gold Awards were won by affiliates for

[Text]

décrochées par des affiliés, pour des productions, tant de programmes que de promotions, de programmes syndiqués ou des coproductions. Nous avons attaché une liste à ce rapport pour les indiquer.

• 0905

As television was being introduced to Canada, CBC established its own stations only in a few large Canadian cities, the first one being Montreal and then Toronto. A number of entrepreneurs offered to invest private funds in order to deliver the national service of the CBC to their areas of the country and, of course, to earn an acceptable return on their investment. Each of these broadcasters qualifies as a pioneer.

CBC's arrangements with its affiliates have permitted CBC to deliver its programming to outlying audiences that would be very costly to reach through additional publicly funded CBC owned and operated stations, which of course through our logo we refer to as O&Os. For the most part the affiliates deliver television services to smaller parts of Canada and their costs to do so are higher than the costs associated with delivery to large metropolitan areas. The affiliates are proud of the contribution which they have made and continue to make to the CBC television network.

In a publication entitled *Let's Do It* and subtitled, *A Vision of Canadian Broadcasting*, Proposed by the CBC to the Federal Task Force On Broadcasting Policy, the following statements are made:

The CBC and its affiliates have served effectively together to deliver network and local service to 30 or more Canadian communities.

The CBC's private affiliates make a greater contribution to Canadianizing TV than anybody else in the private sector. They carry significantly more Canadian programming than their competitors, and they are already partners with the CBC in this battle for equality.

There have been those who say the CBC does not need its regional roots, that its regional service should be killed. A Canadian Broadcasting Corporation without regional stations, regional news, drama and variety, all reflecting the community, would be at odds with the very nature of the country and it would cut off so much of our national talent that is growing in the regions. The success of the CBC Network programs increasingly depends on the success of CBC local programs.

It cannot be exclaimed too often that our regions are our roots. Without them, Canada shrivels, and without them the CBC inevitably shrivels.

Mr. Doug Garraway (Member, Television Network Advisory Committee of the CBC): The benefits the affiliates provide to the CBC include the following:

[Translation]

promotion, programming, syndication and co-production. A list of the award winners is annexed to this submission.

Au moment de l'avènement de la télévision au Canada, Radio-Canada n'a créé ses propres stations que dans quelques grandes villes, d'abord Montréal puis Toronto. Un certain nombre d'entrepreneurs ont offert d'investir des fonds privés pour apporter le service national de Radio-Canada dans leurs régions et, bien sûr, pour retirer un rendement acceptable sur leur investissement. Chacun de ces diffuseurs doit être considéré comme un pionnier.

Les dispositions prises par Radio-Canada avec ses stations affiliées lui ont permis d'amener sa programmation à des auditoires éloignés qu'il aurait été très coûteux d'atteindre par le moyen d'autres stations lui appartenant entièrement et financées à même les deniers publics. Dans la plupart des cas, les stations affiliées apportent les services de télévision dans les régions moins peuplées du Canada; elles ont des coûts plus élevés que dans les grands centres métropolitains. Les stations affiliées sont fières de leur apport passé et présent au réseau de télévision de Radio-Canada.

Selon un document intitulé «Le courage de nos convictions—La radio-télévision de demain» soumis par Radio-Canada au Groupe fédéral de travail sur la politique de radiodiffusion:

Radio-Canada et ses affiliés ont collaboré efficacement pour fournir le service du réseau et une programmation locale à 30 localités canadiennes ou plus.

Les affiliés privés de Radio-Canada font un plus grand apport à la canadianisation de la télévision canadienne que tous les autres membres du secteur privé. Ils diffusent beaucoup plus de programmation canadienne que leurs concurrents et sont déjà les partenaires de Radio-Canada dans le combat pour l'égalité.

On a dit que Radio-Canada n'a pas besoin de ses racines régionales, que son service régional devrait être éliminé. Une société Radio-Canada sans stations régionales, sans nouvelles, sans dramatiques et sans émissions de variétés d'origine régionale, reflétant la communauté, serait contraire à la nature même du pays et isolerait une bonne partie de nos talents nationaux qui se développent dans les régions. La réussite des émissions du réseau dépend de plus en plus de celle des émissions locales.

On ne saurait trop répéter que nos régions sont nos racines. Sans elles, le Canada se fane et sans elles, Radio-Canada se fane inévitablement.

M. Doug Garraway (membre du Comité consultatif du réseau de télévision de Radio-Canada): Parmi les avantages que fournissent les affiliés à Radio-Canada, notons:

[Texte]

First, the affiliates provide local programming in 31 Canadian communities, in 19 of which they are the only local stations.

Second, the affiliates save the CBC a significant investment in transmitters, station equipment, management and other overhead costs. The cost of replacing the facilities of the affiliates would be prohibitive to the CBC.

Third, the affiliates carry CBC sustaining programs at no charge while absorbing station overhead and foregoing other revenues. Such programming is carried at a loss to the affiliates due to the continuing lack of compensation from the CBC for this service. Examples of such programs are *Sesame Street* and *The National*.

Fourth, the affiliates provide a vital source of audience coverage necessary to enable the CBC to carry out its parliamentary mandate.

Fifth, the affiliates generate goodwill toward the CBC in each of their local markets.

Sixth, the affiliates provide strong lead-in audiences to network programs at no cost to the CBC.

Last, the affiliates provide a significant amount of local programming. This year each affiliate on average will produce approximately 630 hours of local programming.

In addition to all of this, it must be remembered that the delivery of approximately 36% of the CBC's English language television audience is accomplished through the CBC affiliated stations. In French Canada the number is approximately 27%.

• 0910

Further, it should be clear to this committee and to the Canadian people that the affiliates represent a very effective means of distributing the CBC television service to approximately 8.8 million Canadians. The affiliates are a major source of unduplicated audience coverage for the CBC, and through these entrepreneurs the corporation is able to carry out its parliamentary mandate.

The affiliates see themselves as entrepreneurs facing a difficult time. Our efforts to hammer out a new business relationship with the CBC have to this point been extremely frustrating.

Mr. Ken Clark (Member, Television Network Advisory Committee of the CBC): At present the CBC is technically without its full television network as certain television affiliates are without contractual agreements with the CBC. A number of affiliates have not signed affiliation agreements with the corporation. Others, in the face of economic and programming pressures from the CBC, have signed, but under protest. Only a few have accepted willingly the terms proposed by the CBC, and

[Traduction]

En premier lieu, les affiliés assurent une programmation locale dans 31 localités canadiennes, et dans 19 cas, ils constituent la seule station locale;

En second lieu, les affiliés épargnent à Radio-Canada un investissement important au titre des émetteurs, du matériel de station, de la gestion et des frais généraux. Radio-Canada n'aurait pas les moyens de remplacer les installations des affiliés;

En troisième lieu, les affiliés diffusent gratuitement les émissions non commanditées de Radio-Canada, tout en absorbant les frais généraux de la station et en renonçant à d'autres recettes. Cette programmation est diffusée à perte par les affiliés étant donné que Radio-Canada continue de ne pas indemniser ce service. Mentionnons comme exemple *Sesame Street* et *The National*;

En quatrième lieu, les affiliés fournissent une source essentielle d'auditoires permettant à Radio-Canada de s'acquitter de son mandat défini par le Parlement;

En cinquième lieu, les affiliés engendrent une clientèle pour Radio-Canada dans chacun des marchés locaux;

En sixième lieu, les affiliés assurent de bons auditoires de départ pour les programmes du réseau, sans frais pour Radio-Canada;

Finalement, les affiliés assurent une somme considérable de programmation locale. Cette année, chaque affilié produira en moyenne environ 630 heures de programmation locale.

En outre, il faut se rappeler que ce sont les affiliés qui atteignent environ 36 p. 100 des téléspectateurs anglophones de Radio-Canada; au Canada, le pourcentage est d'environ 27 p. 100.

De plus, il devrait être évident pour le Comité et pour le peuple du Canada que les affiliés représentent un moyen très efficace de distribution du service de télévision de Radio-Canada à environ 8,8 millions de Canadiens. Les affiliés sont une source majeure d'auditoires non dédoublés pour Radio-Canada, et c'est par l'entremise de ces entrepreneurs que la Société peut s'acquitter du mandat que lui a confié le Parlement.

Les affiliés se considèrent comme des entrepreneurs qui doivent faire face à une conjoncture difficile. Nos efforts pour en arriver à une nouvelle relation d'affaires avec Radio-Canada ont jusqu'ici été extrêmement frustrants.

M. Ken Clark (membre du Comité consultatif du réseau de télévision de Radio-Canada): A l'heure actuelle, Radio-Canada est techniquement privée de son réseau complet de télévision, car certains affiliés n'ont pas de contrats avec elle. Un certain nombre d'affiliés n'ont pas signé d'accord d'affiliation avec la Société. D'autres, en raison des pressions exercées par Radio-Canada sur le plan économique et sur celui de la programmation, ont signé, mais de mauvais gré. Seuls quelques-uns ont

[Text]

some affiliates have signed a document which has been sliced through with unilateral adjustments or comments that various articles of the agreement are to be negotiated.

Since 1978, the affiliates have attempted, without success, to achieve fair compensation for the contribution they have made, and continue to make, to the CBC television network. The appointment of joint committees, the retaining of consultants by each of the CBC and the affiliates, meetings of negotiating teams for each and the preparation and submission by each of proposals for a new contractual agreement have all failed to achieve a mutually satisfactory result. The last formal agreement signed by most affiliates with the CBC expired at the end of August 1986.

In the foregoing circumstances, the affiliates, by letter dated December 5, 1986, sought the intervention of the CRTC to settle the impasse. After an exchange of correspondence with each of the CBC and the affiliates, the CRTC suggested on March 11 this year that a mediator be appointed to resolve the differences between the CBC and its affiliates. The affiliates have agreed to such a mediation process in the interests of all concerned, including those Canadian communities served by the CBC and its affiliates. The CBC has not.

The CRTC has stated that it considers the resolution of these matters to be essential to the continued orderly development of the Canadian broadcasting system. The CRTC has also expressed concern that protracted negotiations may have a deleterious effect on the broadcasting service provided by the CBC and its affiliates.

Status reports have been submitted by each of the affiliates in the corporation to the CRTC. However, there has been no further communication from the commission. Letters from the affiliates to the CRTC, under date of May 28, this year, April 1, July 2, and August 13, have received no reply.

In its status report to the CRTC, the affiliates concluded by stating:

The affiliates consider that it is imperative that a mediator be appointed to resolve matters relating to compensation, including full compensation for services rendered by the Affiliates from September 1, 1986, the settling of the form of the actual affiliation agreement, programming matters and matters relating to avails. In the absence of such a positive and constructive step, we will have a CBC without its full network and we will have certain CBC Affiliates without contractual arrangements with the CBC.

The essential issue is compensation. The affiliates believe they are entitled to increased compensation. Although the affiliates are business entities operating in the private sector, the CBC has chosen to treat them as if they were a department of the CBC and to deny them

[Translation]

accepté de bon gré les conditions proposées par Radio-Canada, et certains affiliés ont signé un document truffé de rectifications unilatérales ou de commentaires portant que divers articles de l'accord doivent être négociés.

Depuis 1978, les affiliés ont tenté en vain d'obtenir une juste rémunération pour la contribution qu'ils ont faite, et qu'ils continuent de faire, au réseau de télévision de Radio-Canada. Malgré la création de comités mixtes, malgré l'engagement de consultants, tant par Radio-Canada que par les affiliés, malgré les rencontres des équipes de négociations de chaque partie et bien que chaque équipe ait présenté et soumis des propositions de contrats, on n'a pas réussi à obtenir un résultat satisfaisant pour les deux parties. Le dernier accord officiel signé par la plupart des affiliés avec Radio-Canada a expiré à la fin d'août 1986.

Vu les circonstances, dans une lettre datée du 5 décembre 1986, les affiliés ont demandé l'intervention du CRTC pour sortir de l'impasse. Après correspondance avec Radio-Canada et avec les affiliés, le CRTC suggérait, le 11 mars de cette année, qu'un médiateur soit nommé pour résoudre le différend entre Radio-Canada et ses affiliés. Les affiliés ont accepté cette médiation dans l'intérêt de tous, y compris dans l'intérêt des localités canadiennes desservies par Radio-Canada et par ses affiliés. Radio-Canada n'a pas accepté.

Le CRTC a déclaré qu'il considère la solution de ces questions essentielle au bon développement du réseau canadien de diffusion. Le CRTC a également dit craindre que des négociations prolongées n'aient un effet dommageable sur le service de diffusion assuré par Radio-Canada et ses affiliés.

Les affiliés ont tous soumis des rapports d'étape au CRTC. Toutefois, il n'y a pas eu de nouvelles communications du Conseil. Des lettres adressées par les affiliés au CRTC le 28 mai, le 1^{er} avril, le 2 juillet et le 13 août sont restées sans réponse.

Dans le rapport d'étape au CRTC, les affiliés concluent ceci:

Il est essentiel qu'un médiateur soit nommé pour résoudre les questions touchant l'indemnisation, y compris la pleine indemnisation des services rendus par les affiliés depuis le 1^{er} septembre 1986, le règlement de la forme même de l'accord d'affiliation, les questions touchant la programmation et les produits, à défaut de quoi Radio-Canada n'aura pas un réseau complet et certains affiliés n'auront pas d'entente contractuelle avec Radio-Canada.

La question essentielle, c'est l'indemnisation. Les affiliés croient avoir droit à une indemnisation accrue. Bien que les affiliés soient des entreprises commerciales du secteur privé, Radio-Canada a choisi de les traiter comme s'ils étaient un de ses services et de leur refuser

[Texte]

proper compensation, referring in support of such denial to the recent financial difficulties experienced by the corporation.

Notwithstanding our problems with the CBC, we have continued to provide CBC network service to our communities, and we are proud of our contribution to television programming and promotion. The affiliates have been concerned for a number of years that they have not received appropriate compensation for the contribution they have made, and continue to make, to the CBC television network. The compensation offered to date by the CBC is not responsive to the affiliates' requirements.

We need a new arrangement. We want to continue to contribute to the growth of the Canadian broadcasting system in our own unique fashion, but we need the co-operation of the CBC in order to do that. We do not yet have that co-operation. We are hopeful we will accomplish that new circumstance, but we can only do it in a way that makes business sense. We would like to lay good groundwork now, which will benefit the Canadian industry into the next century.

• 0915

The report of the task force on broadcasting policy sees an affiliate system continuing for some considerable time. So does the CBC, and so do we. We are now at a crossroad. If we can obtain a satisfactory agreement with the CBC we will create a future where our energy will be spent making an even better contribution, rather than arguing over how we will be paid. The affiliates are committed to continue to work toward a conclusion that will marry the business imperatives of the affiliates with the mandate of the CBC.

As your committee is aware, for over 30 years the affiliates have worked with the CBC in helping achieve its mandate. Over the 30-year history of this relationship, there have been difficulties, but none we were not able to solve through consultation, negotiation, and a good deal of give and take. Unfortunately, any spirit of co-operation that existed in the past is no longer evident. Some mechanism must be found to solve our present impasse with the CBC and to avoid similar problems in the future. We would propose, for example, that the CRTC be given the power to arbitrate disputes such as that between the CBC and its affiliates.

Mr. Bill Callender (Member, Television Network Advisory Committee of the CBC): We have reviewed with interest the recommendations of the Task Force on Broadcasting Policy, in particular those appearing in chapter 10, dealing with the Canadian Broadcasting Corporation, and in chapter 17, dealing with private television. We wish to address the following recommendations:

[Traduction]

une juste indemnisation, prétextant les récentes difficultés financières de la Société.

Malgré nos problèmes avec Radio-Canada, nous avons continué d'assurer le service du réseau à nos localités et nous sommes fiers de notre contribution en matière de programmation et de promotion de la télévision. Les affiliés s'inquiètent depuis plusieurs années de n'avoir pas reçu une juste indemnisation pour leur contribution présente et passée au réseau de télévision de Radio-Canada. L'indemnisation offerte à ce jour par Radio-Canada ne correspond pas aux besoins des affiliés.

Il nous faut une nouvelle entente. Nous voulons continuer à contribuer à la croissance du réseau canadien de diffusion d'une façon qui nous est propre, mais il nous faut pour cela la collaboration de Radio-Canada, jusqu'ici inexistante. Nous espérons pouvoir y arriver, mais seulement si nous pouvons le faire d'une façon raisonnable sur le plan commercial. Nous aimerions poser maintenant des fondations qui bénéficieront à l'industrie canadienne jusqu'au siècle prochain.

Le rapport du groupe de travail sur la politique de radiodiffusion entrevoit que le système des affiliés sera maintenu assez longtemps. C'est également la position de Radio-Canada, et la nôtre. Nous sommes maintenant à un carrefour. Si nous pouvons obtenir une entente satisfaisante avec Radio-Canada, nous créerons un avenir où nos énergies seront consacrées à faire une contribution encore meilleure, plutôt qu'à discuter de la façon dont nous serons payés. Les affiliés se sont engagés à continuer à travailler en vue d'une conclusion répondant à la fois aux impératifs des affiliés et au mandat de Radio-Canada.

Le Comité sait bien qu'il y a plus de 30 ans que les affiliés travaillent avec Radio-Canada pour l'aider à réaliser son mandat. Au cours de ces 30 années, il y a eu des difficultés, mais nous avons toujours pu les résoudre par la consultation, la négociation et beaucoup de concessions de part et d'autre. Malheureusement, l'esprit de collaboration qui existait autrefois est disparu. Il faut trouver un mécanisme pour résoudre l'impasse avec Radio-Canada et pour éviter des problèmes semblables à l'avenir. Nous pourrions proposer, par exemple, que l'on donne au CRTC le pouvoir d'arbitrer des différends comme celui qui existe maintenant entre Radio-Canada et ses affiliés.

M. Bill Callender (membre du Comité consultatif du réseau de télévision de Radio-Canada): Nous avons étudié avec beaucoup d'intérêt les recommandations du groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, en particulier celles qui figurent au chapitre 10, sur la Société Radio-Canada, et au chapitre 17, sur la télévision privée. Nous désirons commenter les recommandations suivantes:

[Text]

Page 299, 10.14—the affiliates are in agreement with this recommendation, subject to the proviso that the affiliates be compensated for the inevitable loss of audience resulting from the implementation of this recommendation. It is vital to the affiliates as businesses operating in the private sector that appropriate compensation be paid to them for the services provided to the CBC television network. While the affiliates support the underlying philosophy of the recommendation, we consider it unrealistic in a nation with our population that sufficient attractive and distinctive Canadian programming may be made available by the CBC to maintain the present audience for the CBC television network.

When the program package known as *The National* and *The Journal* was moved with the approval of the affiliates to the familiar 10 p.m. time slot, the CBC agreed that programs would be provided to the affiliates without charge. The intent of this agreement was to permit the affiliates to generate revenues to compensate them for the loss of the prime time viewing period to be taken by *The National* and *The Journal*—namely, 10 p.m. to 11 p.m.

Given the realities of the situation, if the CBC is not able to provide sufficient attractive and distinctive Canadian programming, the affiliates will not be able to generate appropriate revenues. The result will be that such programming will carry considerable out-of-pocket and opportunity costs for the affiliates. The out-of-pocket expenses consist of operating and staffing costs during the periods in which the programs are run. The opportunity costs represent the forgone revenue which could have accrued to each station if it had aired appropriately sponsorable programs during these periods.

In contrast, CBC owned and operated stations and CBC management do not have the concerns affiliates have in this connection, because CBC owned and operated stations receive compensation indirectly through parliamentary appropriations.

Page 304, 10.15—the affiliates oppose this recommendation and have intervened in opposition to the application of the CBC, which is at present before the CRTC. A copy of such intervention is annexed to this submission as schedule B.

Page 312, 10.21—the affiliates are strongly opposed to this recommendation. In February 1987 the affiliates made a proposal to the CBC which if accepted would have addressed this question on a basis that took into account the interests of both the CBC and its affiliates. The affiliates proposed that in addition to the agreed upon level of network reserve time, the affiliates would carry programs that by agreement between the CBC and the affiliates are determined to be of national importance. It was proposed that the CBC would have the opportunity to purchase further additional time from the affiliates on a station-by-station basis, subject to availability of the desired time on a cash or time period trade basis. The proposal of the affiliates recognized the economic realities of the situation insofar as affiliates are concerned.

[Translation]

A la page 299, les affiliés sont d'accord avec la recommandation 10.14, à condition qu'ils soient indemnisés de la perte inévitable d'auditoire découlant de la mise en oeuvre de cette recommandation. Il est essentiel pour les affiliés, à titre d'entreprise du secteur privé, de recevoir une juste indemnisation pour les services assurés au réseau de télévision de Radio-Canada. Bien que les affiliés soient d'accord avec l'idéologie qui sous-tend la recommandation, nous considérons qu'il n'est pas réaliste, compte tenu de la population du pays, qu'une programmation canadienne intéressante et distinctive soit fournie en quantité suffisante par Radio-Canada pour maintenir l'auditoire actuel du réseau de télévision de Radio-Canada.

Quand le bloc d'émissions connu sous le nom de *The National* et *The Journal* a été déplacé à 22 heures, avec l'approbation des affiliés, Radio-Canada a convenu que les programmes seraient fournis aux affiliés sans frais. Il s'agissait de permettre aux affiliés de produire des recettes pour les indemniser de la perte des meilleures heures d'écoute prises par *The National* et *The Journal*, soit de 22 heures à 23 heures.

Étant donné les faits, si Radio-Canada ne peut fournir en quantité suffisante une programmation intéressante et distinctive, les affiliés ne pourront pas produire les recettes nécessaires. Cette programmation entraînera donc pour les affiliés des frais et un manque à gagner considérable. Les frais comprennent les coûts d'exploitation et de personnel pendant la durée des émissions. Le manque à gagner représente les recettes dont aurait bénéficié chaque station si elle avait diffusé pendant ce temps des programmes susceptibles d'être commandités.

Par opposition, les stations appartenant à Radio-Canada et la direction de Radio-Canada n'ont pas à faire face aux mêmes préoccupations à cet égard, car les stations appartenant à Radio-Canada sont indemnisées indirectement par le moyen des crédits parlementaires.

A la page 304, les affiliés sont contre la recommandation 10.15 et ont voulu s'opposer à la demande de Radio-Canada dont le CRTC est actuellement saisi. Une copie de notre intervention figure à l'annexe B du mémoire.

A la page 312, les affiliés s'opposent fermement à la recommandation 10.21. En février 1987, nous avons présenté à Radio-Canada une proposition susceptible de résoudre le différend en tenant compte à la fois des intérêts de Radio-Canada et des nôtres, ses affiliés. Nous avons proposé qu'en plus du temps convenu réservé au réseau, nous diffuserions des programmes considérés d'importance nationale en vertu d'une entente à intervenir entre Radio-Canada et les affiliés. Il était proposé que Radio-Canada puisse nous acheter d'autre temps d'antenne, station par station, à condition que ce temps soit disponible, soit contre une somme d'argent soit par échange de temps d'antenne. Notre proposition tenait compte des réalités économiques qui nous touchent.

[Texte]

[Traduction]

• 0920

Mr. Bonneau: The television affiliates of the CBC have appreciated this opportunity to discuss with you matters relating to the second phase of your committee's review of the report of the Task Force on Broadcasting Policy. We have also welcomed the opportunity to raise with you other issues that are of concern to the affiliates. We hope our comments will assist the committee in its study of this very important subject. Mr. Chairman and members of the committee, we will be pleased to answer your questions, as you may wish to address us.

Le président: Merci, monsieur Bonneau, merci messieurs.

I recall in the fall of 1984 I was misquoted as having advocated a privatization of the Canadian Broadcasting Corporation. I remember that the strongest backlash against that quotation came from the CBC affiliates. They said just a minute; what are you talking about? I wonder if I were misquoted again today whether the reaction might be different. I will leave that as a rhetorical question and go to Mr. Gormley.

Mr. Gormley: This is a very interesting presentation. As one who grew up before cable television in rural Saskatchewan, with only CKBI for all of my younger years, I can certainly appreciate the valuable work being done not only by CKBI today, but also by all of your affiliates.

Yesterday Mr. Delaney appeared before the committee and I asked him some questions on the basic method of compensating affiliates. He indicated that while there has been a change in the method of compensation. . . I do not have his words handy to quote. I inferred from his comments that there would be no significant loss in compensation or revenue to affiliate members. Could you begin by reacting to that statement? And secondly, please explain to me how the method of compensation proposed by the CBC would differ from what you presently have.

Mr. K. Clark: Until the most recent proposal was made to us by the CBC, we did, as your research would indicate to you, receive a share of the national revenue of the time that was sold on our stations. And I emphasize the word "share". We did not receive all of the revenue. It was sold as a result of its sale at the time on our stations, but we did receive a share of that. The CBC retained a significant portion.

In the new proposal the CBC has made to us, there is a base payment proposed for each station of the same amount. In addition to that there is an audience-share payment based on the audience the station generates for the network. So if Mr. Bonneau's audience is larger than mine, he would receive a larger proportion of the available dollars or the dollars budgeted by the CBC. It has no relationship now to the time that has been sold by the network on our stations or anywhere else. It is a finite amount of money that is identified as available for payment to the affiliates. So there is a base payment and there is an audience-share payment.

M. Bonneau: Les affiliés de télévision de Radio-Canada sont heureux d'avoir eu l'occasion de s'entretenir avec vous des questions touchant la seconde phase de l'examen que fait votre Comité du rapport du groupe de travail sur la politique de diffusion. Nous sommes également heureux d'avoir pu traiter avec vous d'autres questions intéressant les affiliés. Nous espérons que nos commentaires vous seront utiles. Monsieur le président, mesdames et messieurs du Comité, nous serons heureux de répondre à vos questions.

The Chairman: Thank you, Mr. Bonneau, thank you, gentlemen.

À l'automne de 1984, on a prétendu par erreur, que je préconisais la privatisation de la Société Radio-Canada. Je me souviens que la réaction la plus violente provenait des affiliés de Radio-Canada qui se sont insurgés. Si la même erreur se reproduisait aujourd'hui, je me demande si votre réaction serait différente. Je ne répondrai pas à cette question oratoire et je donne la parole à M. Gormley.

M. Gormley: C'était là un exposé très intéressant. Dans mon enfance, dans une région rurale de la Saskatchewan, nous n'avions pas encore la câblodistribution et nous ne disposions que de CKBI. Je peux donc apprécier toute la valeur du travail fait non seulement par CKBI aujourd'hui, mais aussi par tous les affiliés.

Hier, j'ai interrogé M. Delaney sur la méthode de base d'indemnisation des affiliés. Il a déclaré que bien qu'il y ait eu évolution de la méthode d'indemnisation. . . Je n'ai pas le texte pour le citer exactement. J'ai déduit d'après ses remarques qu'il n'y aurait pas de pertes importantes d'indemnisation ou de recettes pour les membres affiliés. Pourriez-vous nous donner votre première réaction à cette déclaration? Deuxièmement, pourriez-vous m'expliquer comment la méthode d'indemnisation proposée par Radio-Canada différerait de la méthode actuelle?

M. K. Clark: Jusqu'à la dernière proposition qui nous a été faite par Radio-Canada, nous recevions, comme votre recherche le montrera, une part des recettes nationales pour le temps vendu par nos stations. J'insiste sur le mot «part»: nous n'en recevions pas la totalité. Nous recevions une part des recettes de la vente du temps d'automne sur nos stations. Radio-Canada en conservait la majeure partie.

Selon la nouvelle proposition que nous a faite Radio-Canada, il y a un paiement de base qui est le même pour toutes les stations. En outre, il y a un paiement fondé sur l'écoute que la station amène au réseau. Ainsi, si l'auditoire de M. Bonneau est plus considérable que le mien, il recevra une proportion plus grande des sommes disponibles ou prévues au budget de Radio-Canada. Il n'y a aucun rapport avec le temps vendu par le réseau sur nos stations ou ailleurs. Il s'agit d'une somme fixe d'argent jugée disponible pour les affiliés. Il y a donc un paiement de base plus un paiement fondé sur la part de l'auditoire.

[Text]

Some stations, generally speaking the smaller ones, on this basis received increases in the amount of revenue they could achieve in this fashion. So their problem with the agreement was not so much a dollar figure, but the language that was proposed in the agreement. As we said, some of them have signed the agreement, sliced through with the comments that this item is to be negotiated. For others of us there were significant losses not only in today's dollars but also in dollars allowing for inflation. In the case of our station, if we accepted the CBC's proposal now, we would be something like 15.6% below where we were in 1981-82.

• 0925

Mr. Gormley: In today's dollars?

Mr. K. Clark: In today's dollars.

Mr. Gormley: To the extent that you have been negotiating with the CBC, have you attempted to make a distinction between smaller markets and medium-sized markets? My thought when I heard Mr. Delaney explain the formula yesterday was that for the very small one-station market this would likely not have a very harmful effect. You are indicating that probably is the case.

Mr. K. Clark: The smaller stations that received the increases had less trouble with it than the other stations, which would certainly experience losses. But the formula. . . I hesitate for a moment. It is not really correct to say there has been negotiation in this. The CBC said here is our proposal; take it or leave it. In addition to that, they said if you do not take it we will withhold all of your payments. And of course there was discussion over that. Then they said we will withhold all of your programming unless you sign this. Then there was discussion over that. Then they said all right, we will pay you, but we will pay you 85% of what we propose or the amount you received last year, whichever is the smallest amount.

When we made a proposal to them in February 1987, we sat in a room not dissimilar from this one. We presented a proposal the affiliates had worked through very carefully the previous month at a meeting in Toronto. The CBC people accepted our suggestions, left the room for 15 minutes and then came back and said there is nothing in this proposal we can discuss with you. In our opinion, that is hardly what you can call negotiation. So we all have problems with it. Some of us have dollar problems and language problems. Others have language problems.

Mr. Gormley: In both the previous formula and the present negotiation, is there a provision for compensation based on the actual amount of network programming a station carries? Does that figure into the mix?

[Translation]

Certaines stations, surtout les petites, ont reçu ainsi un revenu accru. Pour elles, le problème n'était pas tellement le montant en cause, mais le libellé de l'accord. Comme nous l'avons dit, certaines d'entre elles ont signé l'accord en le truffant de remarques portant que tel ou tel article doit être négocié. Certains autres d'entre nous ont accusé des pertes importantes non seulement en dollars d'aujourd'hui, mais aussi à cause de l'inflation. Dans le cas de notre station, si nous acceptions aujourd'hui la proposition de Radio-Canada, nous perdriions environ 15,6 p. 100 par rapport à 1981-1982.

M. Gormley: En dollars d'aujourd'hui?

M. K. Clark: En dollars d'aujourd'hui.

M. Gormley: Dans la mesure où vous avez négocié avec Radio-Canada, avez-vous tenté de faire une distinction entre les petits marchés et ceux de taille moyenne? En entendant M. Delaney expliquer la formule hier, j'avais cru comprendre que pour les très petits marchés d'une seule station, l'accord ne nuirait pas nécessairement. Vous semblez d'ailleurs être d'accord.

M. K. Clark: Les petites stations qui ont reçu les augmentations éprouvaient moins de difficulté que les autres, qui auraient subi certainement des pertes. Mais la formule. . . J'hésite un instant. Il n'est pas vraiment exact de dire qu'il y a eu négociation à cet égard. Radio-Canada nous a dit: voici notre proposition, elle est à prendre ou à laisser. En outre, on nous a dit qu'en cas de refus, nous ne recevriions aucun paiement. Nous en avons évidemment discuté, et on a fini par nous dire qu'on retiendrait toute la programmation à moins que nous ne signions. Après des pourparlers de part et d'autre, Radio-Canada a accepté de nous payer 85 p. 100 de ce qu'elle nous proposait, ou la somme que nous avons reçue l'an dernier, selon la plus petite somme des deux.

Quand nous leur avons présenté une proposition en février 1987, nous étions dans une salle qui ressemblait assez à celle-ci. Cette proposition avaient été soigneusement étudiée par les affiliés le mois précédent à Toronto. Les gens de Radio-Canada ont accepté nos suggestions, ont quitté la salle pendant 15 minutes, puis sont revenus nous dire qu'il n'y avait rien dans cette proposition qu'ils pouvaient discuter avec nous. À notre avis, ce n'est guère ce que l'on peut appeler une négociation. La formule présente donc des problèmes pour tout le monde. Pour certains d'entre nous, ce sont des problèmes d'argent et de libellé; pour d'autres, ce ne sont que des problèmes de libellé.

M. Gormley: Dans la formule antérieure et dans les négociations actuelles, y a-t-il une disposition prévoyant une indemnisation d'après la programmation réelle du réseau diffusée par la station? Cela entre-t-il en ligne de compte?

[Texte]

Mr. K. Clark: In the original proposal there was an amount for an additional prime time half hour, but in general the answer to that is no.

Mr. Gormley: So if you carry only network news, which I presume all of the affiliates do, and very little, if any, prime-time programming, or if you carry the entire CBC schedule, the compensation still is based on the same formula.

Mr. K. Clark: Yes. It does not change.

Mr. Bonneau: Sir, there is not such a variety of performance from the affiliates. We all carry the 40 to 45 network hours. This is by contract. The variants among us are on the available programs that are attached above those basic network-agreed-upon hours. So we are all at the 40-odd hours level by contract. Some carry 10 hours extra, 20 hours extra, 40 hours extra, but this is on an optional basis and we were never paid for that. The present or the past formula never referred to that.

Mr. K. Clark: Perhaps another example would help you, Mr. Gormley. Recently the Queen visited the west and included in that visit was an arrival program prepared by the CBC. In the Atlantic time zone, it was 7 p.m. on a Friday evening. That was categorized as available programming, so the station had the option of whether it chose to run it or not. Subsequently it was declared by the CBC to be a reserve program, which means the station must carry it. You will understand 7 p.m. on Friday in the New Brunswick market is a very valuable business time, a time when we have traditionally run very high-audience movies and generated revenue that pays our salaries and keeps our businesses operating. So you can see why there would be hesitation, since there is absolutely no return in the suggestion you make, no additional return for the station, only a loss of revenue, if we do accede to the demand to accept that programming as reserve time in a period normally programmed by the station.

• 0930

Mr. Gormley: What percentage of station revenues, on average, comes from the CBC?

Mr. Bonneau: Between 16% and 18%, below 20% in most cases.

Mr. Gormley: I have a very good idea what percentage of programming comes from the CBC in prime time. You are saying essentially most prime-time programming, if not all.

Mr. Bonneau: Indeed.

Mr. Gormley: I suppose the question that leads to is if you are dealing with an approximately 20% or under revenue base, and in prime time an over 90% programming base, does that leave you in any position as

[Traduction]

M. K. Clark: Dans la première proposition, une somme était prévue pour une demi-heure supplémentaire du meilleur temps d'écoute, mais, en général, c'est non.

M. Gormley: Ainsi, si vous diffusez uniquement les nouvelles du réseau, ce que font, j'imagine, tous les affiliés, et guère de programmation aux meilleures heures d'écoute, ou si vous diffusez tout l'horaire de Radio-Canada, l'indemnisation reste toujours fondée sur la même formule.

M. K. Clark: Oui. Il n'y a aucun changement.

M. Bonneau: Il n'y a pas une grande différence entre les affiliés. Nous diffusons tous de 40 à 45 heures d'émissions du réseau. Cette proportion est fixée par contrat. Les variantes entre nous représentent les programmes disponibles en-sus des heures convenues avec le réseau. Nous sommes tous tenus par contrat à une quarantaine d'heures. Certaines stations diffusent 10 heures, 20 heures ou 40 heures de plus, mais c'est facultatif et nous n'avons jamais été payés pour cela. La formule passée ou présente n'en fait aucune mention.

M. K. Clark: Un autre exemple vous aidera peut-être, monsieur Gormley. Dernièrement, la reine a visité l'Ouest, et Radio-Canada a préparé une émission sur sa visite. A l'heure de l'Atlantique, il était 19 heures le vendredi. Cette émission a été classée parmi les émissions disponibles, de sorte que la station avait le choix de la diffuser ou non. Par la suite, l'émission a été déclarée «réservée» par Radio-Canada, ce qui oblige la station à la diffuser. Vous comprendrez facilement que 19 heures le vendredi, au Nouveau-Brunswick, c'est une heure commerciale précieuse, un moment où nous avons traditionnellement présenté des films à grande écoute, ce qui nous apporte des recettes qui paient nos salaires et font fonctionner nos entreprises. Vous comprenez pourquoi nous hésitons à accepter cette formule: non seulement elle ne rapporte rien de plus à la station, mais elle entraîne aussi un manque à gagner, si nous acceptons de diffuser une émission considérée comme réservée dans une période appartenant normalement à la station.

M. Gormley: Quel pourcentage des recettes de la station provient en moyenne de Radio-Canada?

M. Bonneau: De 16 à 18 p. 100; moins de 20 p. 100 dans la plupart des cas.

M. Gormley: J'ai une très bonne idée du pourcentage de programmation provenant de Radio-Canada aux meilleures heures d'écoute. Vous dites qu'il s'agit essentiellement de la plus grande partie sinon de la totalité des meilleures heures d'écoute.

M. Bonneau: C'est bien cela.

M. Gormley: Ceci nous amène donc à la question suivante. Si votre base de recettes est d'environ 20 p. 100 ou moins, et si aux meilleures heures d'écoute votre base de programmation est de plus de 90 p. 100, est-ce que les

[Text]

station owners to be able to use something to force the CBC's hand?

Mr. Garraway: While my colleagues are contemplating that one, Mr. Gormley, I would just back up for a moment and be specific about our station on the matter of the percentage of the station's revenue that comes from the network. For a number of years we just presumed 20%, or something in the range of 20%, of our revenue would come from the network. In the new formula last year we realized just over 8%. So there is some significant trauma involved with this redistribution Mr. Delaney talked about.

The Chairman: Mr. Clark, do you have an answer for Mr. Gormley now?

Mr. K. Clark: The question as I understood it, Mr. Gormley, was given the apparent peculiarity in the relationship between programs delivered and compensation received, do we have anything we can use to force the CBC's hand? The answer to that is simply no.

We are CBC affiliates. We carry that banner proudly. We are respectful of the programming the CBC provides. We appreciate its quality. We have worked together on a great number of projects over the years, of which we are proud. Yet we must run businesses. When we go to the bank, the banker expects to be paid back. The CBC does not have that problem. It goes to Treasury Board and gets its funding, and that is it. It does not have to pay it back.

So when the compensation package does not suit our needs at all, we have tried to negotiate with the corporation to reach an amicable conclusion. Yet at the end of all that, there is no, for lack of a better phrase, "strike mechanism", because we are CBC affiliates and we provide a unique service to the communities we serve. And we like doing that. We have done it well and proudly, as broadcast pioneers, over 33 years in New Brunswick. But at the end of the day, there is no mechanism we can follow that would, to use your phrase, force the CBC's hand.

Ms McDonald: I have a number of questions. I would like to ask some that have come out of the discussion today. I want to go back to a question we are really not dealing with except to get some context, because it is related to fragmentation of advertising and things of that sort. I just wanted to begin by touching on the issue of specialty all-news, the Tele-Canada proposal. You have, of course, opposed the CBC all-news proposal. Are you opposed to any kind of an all-news channel? Is the opposition because of its including advertising? Would you be opposed if there were to be an all-news CBC service without advertising? Is that the nature of your complaint, or is it this a more philosophical one, where you have concerns about the continuing extension of publicly funded services?

[Translation]

propriétaires de stations peuvent négocier avec Radio-Canada à partir d'une position de force?

M. Garraway: Pendant que mes collègues réfléchissent à cela, monsieur Gormley, j'aimerais revenir en arrière et être plus précis sur le pourcentage des recettes qui proviennent du réseau. Pendant plusieurs années, nous avons tout simplement supposé que 20 p. 100 ou à peu près de nos recettes proviendraient du réseau. Selon la nouvelle formule, nous avons réalisé l'an dernier un peu plus de 8 p. 100. La redistribution dont parlait M. Delaney comporte donc des traumatismes importants.

Le président: Monsieur Clark, êtes-vous maintenant en mesure de répondre à M. Gormley?

M. K. Clark: Si je comprends bien la question, monsieur Gormley, vous demandez si, étant donné l'écart apparent entre les programmes diffusés et l'indemnisation reçue, nous sommes en mesure de négocier avec Radio-Canada à partir d'une position de force? Eh bien, non.

Nous sommes des affiliés de Radio-Canada. Nous en sommes fiers. Nous respectons la qualité de la programmation que nous fournit Radio-Canada. Nous avons travaillé ensemble à un grand nombre de projets dans le passé, et nous en sommes fiers. Pourtant, nous sommes des entreprises commerciales. Quand nous allons à la banque, le banquier s'attend d'être remboursé. Radio-Canada n'a pas à faire face à ce problème. Elle s'adresse au Conseil du trésor pour avoir des fonds, et c'est tout. Elle n'est pas obligée de rembourser.

Ainsi, lorsque l'indemnisation ne répond absolument pas à nos besoins, nous tentons de négocier avec la Société pour en arriver à une entente à l'amiable. Pourtant, en fin de compte, il n'y a pas de «mécanisme de grève», si j'ose dire, car nous sommes des affiliés et nous sommes heureux d'assurer un service unique aux localités que nous desservons. Nous l'avons fait de notre mieux, en toute fierté, en tant que pionniers de la diffusion, pendant 33 ans et plus au Nouveau-Brunswick. Mais en fin de compte, il n'y a aucun mécanisme qui nous permette de négocier avec Radio-Canada à partir d'une position de force.

Mme McDonald: J'ai plusieurs questions dont certaines sont issues de la discussion d'aujourd'hui. J'aimerais revenir à une question dont nous ne traitons pas vraiment, si ce n'est pour obtenir une certaine perspective, car elle porte sur la fragmentation de la publicité et des choses du genre. J'aimerais commencer par la proposition d'une chaîne spécialisée d'informations, Télé-Canada. Vous vous êtes naturellement opposés à cette proposition de Radio-Canada. Êtes-vous contre toute forme de canal de nouvelles? Êtes-vous contre en raison de la publicité? Y seriez-vous opposés s'il y avait un service d'information de Radio-Canada, sans publicité? Est-ce de cela que vous vous plaignez, ou s'agit-il d'une question plus idéologique? Craignez-vous l'extension des services financés à même les deniers publics?

[Texte]

[Traduction]

• 0935

Mr. Bonneau: We have opposed the notion of CBC providing an all-news network because we think this is one area of programming where Canadians are very well served at present. The type of programming that news represents, and public affairs, is the one that has the best Canadian audience. Whenever news is simultaneously provided by non-Canadian signals, obviously American signals, and at the same time CBC, the CBC audience of news is predominant. It has been historically that way. CBC provides a good news service, and we think there is no need for our public funds to be invested in emphasizing the service that is best provided at present.

Ms McDonald: If there were no advertising, would you be in favour of it or would you be less opposed? Do you support anyone else doing a private-sector all-news channel?

Mr. Bonneau: I will ask Mr. Clark to follow up.

Mr. K. Clark: There are a number of things we are interested in. Among them is the orderly growth of the Canadian broadcast system. We think each of these, as is the habit of the CRTC and others, should be examined very carefully before it is introduced.

Our specific difficulty with the CBC's application is that there is an apparent inconsistency in that the CBC has steadfastly refused to accept advertising in what could be a very business profitable. . . Is that the right word for the CBC?

Ms McDonald: That is not my question. Please, we are very limited in the time we are given and I have a lot of questions and you are not answering my question.

Mr. K. Clark: Perhaps you could be more specific in your question. I understood you asked us what our objections to the CBC's—

Ms McDonald: If the proposal were to exclude advertising, would you be in favour of it?

Mr. K. Clark: No.

Ms McDonald: Are you in favour of there being any other all-news channel, not from the CBC?

Mr. K. Clark: We also submitted interventions against those and made our comments. We have some difficulty with other all-news services.

Ms McDonald: What about the notion of the Télé-Canada specialty service, without advertising, the possible development of one that would include repeats of CBC programs, National Film Board, regional programs. . .?

Mr. K. Clark: We did not intervene in that case, and I would hesitate to make a comment to you now without properly doing research.

M. Bonneau: Nous nous sommes opposés à l'idée d'une chaîne d'information de Radio-Canada, car nous croyons que c'est là un domaine où les Canadiens sont déjà très bien servis à l'heure actuelle. Le genre de programmation que représentent les nouvelles et les affaires publiques a la meilleure cote d'écoute au Canada. Quand il y a en même temps des nouvelles non canadiennes, évidemment américaines, et des nouvelles de Radio-Canada, l'écoute de Radio-Canada est prédominante. Il en a toujours été ainsi. Radio-Canada assure un bon service d'information, et nous ne croyons pas qu'il soit nécessaire d'investir des fonds publics pour développer un service qui est déjà le meilleur.

Mme McDonald: S'il n'y avait pas de publicité, seriez-vous d'accord, ou votre opposition serait-elle moindre? Êtes-vous en faveur d'une chaîne d'information du secteur privé?

M. Bonneau: Je demanderai à M. Clark de répondre.

M. K. Clark: Un certain nombre de choses nous intéressent, notamment la croissance ordonnée du système canadien de diffusion. Nous croyons que chaque proposition devrait être examinée très soigneusement avant d'être mise en oeuvre, comme le font le CRTC et d'autres organismes.

Ce qui nous pose un problème à l'égard de la demande de Radio-Canada, c'est qu'il semble y avoir une contradiction, car Radio-Canada a toujours refusé d'accepter la publicité dans ce qui pourrait être une entreprise très rentable. . . Est-ce là le terme juste dans le cas de Radio-Canada?

Mme McDonald: Ce n'est pas là l'objet de ma question. S'il vous plaît, nous ne disposons que de très peu de temps; j'ai beaucoup de questions et vous n'y répondez pas.

M. K. Clark: Peut-être pourriez-vous préciser votre question. J'ai cru comprendre que vous nous demandiez quelles étaient nos objections à la demande de Radio-Canada. . .

Mme McDonald: Si la proposition excluait la publicité, seriez-vous en faveur?

M. K. Clark: Non.

Mme McDonald: Êtes-vous en faveur d'une autre chaîne d'information, autre que Radio-Canada?

M. K. Clark: Nous nous y sommes également opposés et nous avons expliqué pourquoi. Les autres chaînes d'information nous causent certaines difficultés.

Mme McDonald: Et que pensez-vous de l'idée d'un service spécialisé de Télé-Canada, sans publicité, la mise sur pied éventuelle d'une chaîne diffusant des reprises d'émissions de Radio-Canada, de l'Office national du film, d'émissions régionales. . .?

M. K. Clark: Nous ne sommes pas intervenus dans ce cas, et j'hésiterais à faire maintenant des observations sans une recherche appropriée.

[Text]

Ms McDonald: Let me turn to another area. You talk about the compensation. I wonder if you can be precise about the fall in compensation you have received from the CBC, say since 1984. I did calculations in real money terms as to the revenues available to the CBC. If I remember correctly, they are down to 87% of what they had in 1984; that is, from the change in government. You might have a very good complaint with the Minister of Finance, but it is not clear to me how the CBC can be paying more or even the same amount if their own revenues have declined and yet they are required to continue, and indeed to increase, their Canadian programming.

Mr. K. Clark: Its own sales have not declined; its own sales have grown considerably. The method by which we were paid until this most recent proposal was directly related to sales of time on their stations and ours.

Ms McDonald: Could you give us, if not right now then as a written answer, the amount of compensation you have received, say 1984, 1985, 1986, 1987—globally, not just for one station? Would it be possible to obtain that?

Mr. K. Clark: Yes.

Ms McDonald: I would like to now go on to the difference between the program make-up that you provide and what an owned and operated CBC station would. What programs are dropped, and to what extent are these replaced by American programs?

Mr. Bonneau: I will first answer with my view of it from the French network's point of view. We distribute, above the 40-odd hours of the contract, another 40 to 44 hours of available CBC programs, for a total of 88 hours a week. On 124 hours of air time, that implies we are some 40 hours of local programming. Some of it is because we provide local news and public affairs shows on our own station by nature of our promise of performance to the CRTC. That accounts for 10 to 12 hours a week.

• 0940

Ms McDonald: Is that in addition to covering the CBC ones, or is it a substitution?

Mr. Bonneau: It is in addition to the 88 CBC hours.

Ms McDonald: Does that mean you substitute for any news and public affairs programs?

Mr. Bonneau: No, madam. While CBC's flagship station for the French network, the Montreal station, is doing the Montreal news portion—the 6 p.m. news, which is not a nationally oriented news program, it is a Montreal oriented news program—we are doing our own.

[Translation]

Mme McDonald: Passons à un autre domaine. Vous parlez d'indemnisation. Je me demande si vous pourriez être précis quant à la diminution de l'indemnisation reçue de Radio-Canada, disons depuis 1984. J'ai fait des calculs en dollars réels portant sur les recettes dont dispose Radio-Canada. Si ma mémoire est juste, la Société en est réduite à 87 p. 100 de ce qu'elle avait en 1984, c'est-à-dire au moment du changement de gouvernement. Vous avez peut-être le droit de vous plaindre du ministre des Finances, mais je ne vois pas comment Radio-Canada pourrait payer davantage ou même la même somme, si ses propres recettes ont diminué et qu'elle doit quand même maintenir voire augmenter sa programmation canadienne.

M. K. Clark: Ses ventes n'ont pas diminué, elles ont même connu une croissance considérable. Jusqu'à cette dernière proposition, notre méthode de rémunération était directement liée aux ventes de temps d'antenne par les stations de la Société et par les nôtres.

Mme McDonald: Pourriez-vous nous donner, sinon tout de suite, du moins plus tard sous forme écrite, le montant de l'indemnisation que vous avez reçue—disons en 1984, 1985, 1986 et 1987—d'une façon globale, et non pour une seule station? Serait-il possible d'obtenir ces chiffres?

M. K. Clark: Oui.

Mme McDonald: J'aimerais maintenant passer à la différence entre la programmation que vous diffusez et celle que diffuserait une station appartenant à Radio-Canada. Quelles émissions laissez-vous tomber, et dans quelle mesure sont-elles remplacées par des émissions américaines?

M. Bonneau: Je répondrai d'abord du point de vue du réseau français. Nous distribuons maintenant, en plus de la quarantaine d'heures prévues au contrat, de 40 à 44 heures supplémentaires d'émissions de Radio-Canada, soit un total de 88 heures par semaine. Sur 124 heures de temps d'antenne, cela signifie une quarantaine d'heures de programmation locale dont une partie sont les émissions de nouvelles locales et d'affaires publiques diffusées par notre station en vertu de notre engagement envers le CRTC. Cela rend compte de 10 à 12 heures par semaine.

Mme McDonald: Cela s'ajoute-t-il aux émissions de Radio-Canada, ou cela vient-il les remplacer?

M. Bonneau: C'est en plus des 88 heures de Radio-Canada.

Mme McDonald: Est-ce que cela signifie que vous remplacez des émissions de nouvelles et d'affaires publiques?

M. Bonneau: Non, madame. Pendant que la station principale du réseau français, celle de Montréal, diffuse les nouvelles de Montréal—les nouvelles de 18 heures, qui n'ont pas une orientation nationale mais une orientation montréalaise—nous diffusons nos propres émissions.

[Texte]

Another great part of that for the non-CBC hours is through late feature films, the 11 p.m. type of film at the closing of the station. We do not necessarily take the CBC film that is provided at the same time. Film for film, it is the same type of programming, but we do our own selection of movies on certain days of the week. Mostly, it is all we change from a Montreal signal. That is the French picture. I will ask Mr. Clark to comment on the English network's differences.

Mr. K. Clark: I think every station programs in its own fashion, and that has never been collated, so I cannot answer for all the stations as a group. In New Brunswick we will get into beginning at about 10 o'clock a discussion of what has gone on there. There are two weekly programs of a public affairs nature that are not shown in New Brunswick, and one of them is the hour-long *Midday* program at noon, Monday to Friday, and the other is *This Week in Parliament*, which is on the CBC network on the weekends. The *Midday* program is produced in New Brunswick by New Brunswickers as a contribution to that community. It is a condition, or has been a condition, of our licence. On the weekend the other program is confused by the way the time zones run. *Sports Weekend* runs from 4 p.m. to 7 p.m., and then we run a movie from 7 p.m. until 9 p.m.

Ms McDonald: I know it would be different for every station, but I wonder if we could, at least for some, have some indication of what programs get dropped.

Mr. K. Clark: We could undertake to find that out for you, Ms McDonald, but at this moment I do not have the—

Ms McDonald: Thank you. I think members of the committee would be interested.

I am a bit puzzled by a figure that was given in your opening remarks, if I understand correctly, that 8.8 million Canadians—

Mr. K. Clark: Receive their CBC service through the services offered by the affiliates.

Ms McDonald: We have some data on the contribution of stations to the CBC French television audience. It totals 27.3%. And through the English it just totals 22.1%, which would mean, on average, less than a quarter of the Canadian population. How would you account for this disparity?

Mr. K. Clark: There has been a difference over the years in the way those numbers are calculated. Sometimes it is looked at as duplicated reach; sometimes it is looked at as unduplicated reach. Our number, you will notice, for the English network there is 36%, and there is a logical argument to be made to support that. Generally speaking, it is accepted between both the CBC and

[Traduction]

Une autre partie importante des émissions qui ne proviennent pas de Radio-Canada sont les films de fin de soirée, les films de 23 heures à la fermeture de la station. Nous ne diffusons pas nécessairement le film que fournit Radio-Canada à cette heure-là. Film pour film, c'est le même genre de programmation, mais nous choisissons nos propres films certains jours de la semaine. Dans la plupart des cas, c'est la seule différence par rapport aux signaux en provenance de Montréal. Voilà pour le réseau français. Je demanderai à M. Clark de parler des différences que présente le réseau anglais.

M. K. Clark: Je crois que chaque station établit sa programmation à sa manière, et les données n'ont jamais été réunies, de sorte que je ne peux répondre pour l'ensemble des stations. Pour ce qui est du Nouveau-Brunswick, nous entreprendrons vers 10 heures une discussion de ce qui s'est produit là-bas. Il y a deux émissions d'affaires publiques par semaine qui ne sont pas diffusées au Nouveau-Brunswick, l'une étant l'émission d'une heure *Midday* à midi, du lundi au vendredi, et l'autre étant *This Week in Parliament* diffusée en fin de semaine sur le réseau de Radio-Canada. L'émission *Midday* est produite au Nouveau-Brunswick par des gens du Nouveau-Brunswick à titre de contribution à cette communauté. C'est ou c'était une condition de notre licence. En fin de semaine, l'autre émission est perturbée par les fuseaux horaires. *Sports Weekend* est diffusé de 16 heures à 19 heures, et nous diffusons un film de 19 heures et 21 heures.

Mme McDonald: Je sais que la situation est différente pour chaque station, mais je me demande s'il serait possible d'avoir, au moins dans certains cas, une certaine indication des émissions qui ne sont pas retransmises.

M. K. Clark: Je pourrais tenter de trouver la réponse, madame, mais à l'heure actuelle je n'ai pas les. . .

Mme McDonald: Merci. Je crois que les membres du Comité seraient intéressés.

Je suis un peu intriguée par un chiffre que vous avez donné dans vos remarques d'ouverture, si je ne m'abuse, c'est-à-dire que 8.8 millions de Canadiens. . .

M. K. Clark: . . . reçoivent le service de Radio-Canada par l'entremise des affiliés.

Mme McDonald: Nous avons certaines données sur la contribution des stations à l'auditoire du réseau français de télévision de Radio-Canada; elle représente 27.3 p. 100. Pour le réseau anglais, elle n'est que de 22.1 p. 100, ce qui signifierait, en moyenne, moins du quart de la population canadienne. Comment expliquez-vous cet écart?

M. K. Clark: Le calcul de ces chiffres a évolué avec les années. Parfois on considère l'écoute en doublant le compte, et parfois non. Vous constaterez que notre chiffre pour le réseau anglais est de 36 p. 100, et il repose sur un argument logique. En général, il est convenu à la fois par nous et par Radio-Canada que 30 p. 100 de l'auditoire anglais, étant donné ce facteur de double emploi, provient

[Text]

ourselves that 30% of the English audience, given that duplicated and unduplicated factor, is delivered by the affiliates, and that represents, on an unduplicated basis, 8.8 million Canadians.

Ms McDonald: With the increase in Canadianization of the CBC, do you expect there will be further disaffiliations?

Mr. K. Clark: I think disaffiliations would be more appropriate to the compensation as businessmen than to the Canadianization of the schedule.

• 0945

Ms McDonald: Those two, for one thing, are not unrelated. If the CBC has to put more of its money into Canadian programming—and it has been committed to and ordered to and we fully support that as a committee—unless they are given a great deal more money, they are not going to have more money for compensation. Contrary to what you say, they cannot just go to Treasury Board, and they are not allowed to go to the bank for a loan.

Mr. K. Clark: Well, that is where they get their funding. Their primary funding is from Treasury Board. That is what they do.

Ms McDonald: Yes, but they cannot go back.

Mr. K. Clark: No.

Ms McDonald: They have been cut back to 87% since before this Conservative government was elected. They have been cut back in real terms 13%.

Mr. K. Clark: Yes, they have.

Ms McDonald: They cannot overspend and go to Treasury Board—

Mr. K. Clark: But when Sony comes along and supplies them with cameras and there is an increase of 10%, they pay the 10%.

Ms McDonald: But they take it out of somewhere else.

Mr. K. Clark: They take it out of the affiliates' compensation.

Ms McDonald: Well, if you can document that, we would certainly be very interested in receiving that information. I am just saying it is a known fact that they do not overspend their budget. We have had trouble getting them to account for every bit of money they have, but they were not overspending their budget. They cannot go to Treasury Board, run a deficit, and have it paid by Treasury Board. The money has to come from somewhere. And we join with the pressure on them to increase Canadianization. So is this going to mean more disaffiliations?

Mr. Bonneau: Madam, may I answer, again having in mind our own point of view in the French network?

[Translation]

des affiliés, ce qui représente en réalité 8.8 millions de Canadiens.

Mme McDonald: Vous attendez-vous à ce que la canadianisation accrue de Radio-Canada entraîne de nouvelles désaffiliations?

M. K. Clark: Je crois que les désaffiliations découleraient davantage du peu d'indemnisation de nos entreprises que de la canadianisation de l'horaire.

Mme McDonald: D'une part, ces deux facteurs sont pas tout à fait indépendants. Si Radio-Canada doit consacrer des sommes plus importantes à la programmation canadienne—elle s'y est engagée, elle en a reçu l'ordre et notre Comité est pleinement en faveur de cela—à moins de recevoir beaucoup plus d'argent, elle ne disposera pas de sommes supplémentaires pour vous indemniser. Contrairement à ce que vous dites, la Société ne peut pas tout simplement s'adresser au Conseil du Trésor ni à quelque banque pour obtenir un prêt.

M. K. Clark: Mais, c'est de là que provient son financement, d'abord du Conseil du Trésor. N'est-ce pas vrai?

Mme McDonald: Oui, mais elle ne peut frapper à la porte une seconde fois.

M. K. Clark: Non.

Mme McDonald: Les coupures ne lui laissent plus que 87 p. 100 de ce qu'elle avait avant l'élection du gouvernement conservateur. Elle a subi une coupure réelle de 13 p. 100.

M. K. Clark: Oui, c'est exact.

Mme McDonald: Elle ne peut outrepasser son budget et s'adresser au Conseil du Trésor. . .

M. K. Clark: Mais quand Sony lui fournit des caméras et que cela lui coûte 10 p. 100 de son budget en plus, elle le paie, ce 10 p. 100.

Mme McDonald: Oui, mais elle doit couper ailleurs.

M. K. Clark: Elle coupe l'indemnisation des affiliés.

Mme McDonald: Eh bien, si vous pouvez prouver cela, nous serions certes très intéressés. Je dis tout simplement qu'il est bien connu que la Société Radio-Canada ne dépasse pas son budget. Nous avons du mal à obtenir des comptes pour toutes les sommes dont elle dispose, mais elle n'outrepasse pas son budget. Elle ne peut s'adresser au Conseil du Trésor, faire un déficit et le faire payer par le Conseil du Trésor. L'argent doit venir de quelque part. Et nous aussi, nous faisons pression sur elle pour qu'elle augmente le contenu canadien. Est-ce que cela va signifier qu'il y aura d'autres désaffiliations?

M. Bonneau: Puis-je me permettre de répondre encore une fois du point de vue du réseau français? Dans 99 p.

[Texte]

Canadianization of programming is 99% of the time good news for the French network. It implies successes and high ratings. So on this particular point this is good news. The more they produce, the more we get good ratings and general acceptance of what comes out of those Quebec-produced programs.

Ms McDonald: Are the English affiliates in a radically different situation?

Mr. K. Clark: I think it is proportionate to what they produce. If they could produce an *Anne of Green Gables* every week, we would be delighted. But that would be very costly and is therefore unlikely to happen.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur le président, j'aimerais revenir sur la question des revenus qui proviennent du réseau. Les revenus que vous recevez de Radio-Canada sont-ils proportionnels aux revenus publicitaires de Radio-Canada ou n'y a-t-il aucun rapport?

M. Bonneau: Je donnerai une réponse en deux parties: il y a la formule qui a existé durant les 30 dernières années et celle qui nous est proposée. Depuis 30 ans, les sommes d'argent versées aux affiliées étaient strictement proportionnelles à la publicité passée sur le réseau que nous diffusons. Par exemple, un poste comme le nôtre pouvait avoir 10 p. 100 de l'écoute du réseau français, alors nous avions droit à 10 p. 100 du prix chargé au commanditaire pour que son message atteigne le réseau français. Ce 10 p. 100 était ensuite répartie par Radio-Canada qui nous en donnait une partie. Mais, le calcul se faisait à partir de la publicité diffusée sur nos ondes.

La formule proposée s'est complètement détachée de l'activité commerciale qui continue à croître, d'ailleurs. La nouvelle formule est dissociée de l'activité commerciale. Elle nous propose un montant fixe et identique pour tous les affiliés, et un deuxième montant fixe que nous nous partageons proportionnellement selon l'écoute que nous avons. Voilà deux approches complètement différentes. Depuis 30 ans, nous sommes payés non pas avec les 800 millions de dollars que le Parlement accorde à Radio-Canada, mais bien selon notre part de l'activité commerciale.

M. Blackburn (Jonquière): Entre les affiliés de Radio-Canada et les affiliés de l'autre réseau, les revenus sont-ils comparables?

Mr. K. Clark: I do not have a formal examination of that, Mr. Blackburn. But if you look at the overall statistics—and please do not quote me on these—in general terms my understanding is that something like 66% of the revenue that accrues to private television broadcasters in this country accrues to 13 companies, relatively few of whom are CBC affiliates. That would suggest that a very large percentage of total revenue available is delivered in the major markets where CBC have their own stations, and not to markets served by the CBC affiliates. I do not know if that helps your question,

[Traduction]

100 des cas, la canadienisation de la programmation est une bonne nouvelle pour le réseau français. Cela signifie des réussites et des cotes d'écoute élevées. À cet égard, c'est donc une bonne nouvelle. Plus la production est grande, meilleures sont les cotes d'écoute et meilleure est l'acceptation générale de ces émissions produites au Québec.

Mme McDonald: Est-ce que les affiliés anglais sont dans une situation radicalement différente?

M. K. Clark: Je crois que c'est proportionnel à la production. S'ils pouvaient produire *Anne of Green Gables* chaque semaine, nous en serions ravis. Mais cela serait très coûteux, et il est donc peu probable que cela se produise.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Chairman, I would like to come back to the question of network revenue. Is the revenue you receive from the CBC proportional to the advertising revenue of the CBC, or is there no relationship?

Mr. Bonneau: I will give a two-part answer: there is the formula which existed during the last 30 years and the new proposal. Over the last 30 years, the money paid to affiliates was strictly proportional to the network advertising which we broadcast. For example, if a station such as ours had 10% of the audience of the French network, then we would have been entitled to 10% of the amount charged the sponsor to run his message on the French network. This 10% would have afterwards been apportioned by the CBC, and we would have obtained part of it. But the calculation was based on the advertising broadcast on our stations.

The proposed formula is completely isolated from business activity, which continues to grow. The new formula has nothing to do with business. It proposes a fixed and identical amount for all affiliates, plus a second amount, also fixed, which is proportionate to our share of the audience. These are two radically different approaches. For 30 years, we have been paid not with the \$800 million given by Parliament to the CBC, but according to our share of business activity.

Mr. Blackburn (Jonquière): Are the revenues of CBC affiliates and the affiliates of the other network comparable?

M. K. Clark: Je ne dispose pas d'une étude officielle à cet égard, monsieur Blackburn. Ne citez pas mes propos, mais si l'on tient compte de l'ensemble des données disponibles, 13 sociétés se partagent 66 p. 100 des recettes de la télévision privée dans notre pays, et seulement quelques-unes d'entre elles sont affiliées à Radio-Canada. Cela tendrait à prouver qu'un pourcentage très élevé des recettes totales se trouve dans les principaux marchés où Radio-Canada dispose de ses propres chaînes, et non dans ceux qui sont desservis par les postes affiliés à la société d'État. J'ignore si cela vous paraît utile, mais dans

[Text]

but certainly as a whole the CBC affiliates are not among that large group.

[Translation]

l'ensemble, les postes affiliés à Radio-Canada ne figurent pas dans ce groupe important.

• 0950

M. Blackburn (Jonquière): Ma question n'a pas été bien comprise. Je voulais prendre l'exemple d'un affilié du réseau TVA, lorsqu'on diffuse une émission en provenance de ce réseau. La proportion de revenus se compareraient-elle aux revenus que touchent les affiliés de Radio-Canada? Ont-ils, au contraire, des revenus beaucoup plus grands?

M. Bonneau: Vous me permettrez de répondre par une expérience vécue, celle de notre affiliation sur notre deuxième station avec le réseau Quatre Saisons qui n'a qu'un an d'existence. La formule de compensation des affiliés du réseau Quatre Saisons est très simple et retourne effectivement plus d'argent aux affiliés. Or, la portion de la publicité qui passe sur nos ondes, en même temps que sur tout le réseau, est plus élevée sur le réseau Quatre Saisons.

La structure du réseau TVA est très différente. Le nombre d'heures d'émissions de réseau, par semaine, est très faible; il ne comprend que les émissions d'informations et d'affaires publiques. Les autres heures sont des heures d'émissions que produit Télé-Métropole et qu'elle vend à ses associés. Les comparaisons sont donc difficiles à faire. Je crois même que le pourcentage, même pour cette petite partie de réseau, est plus élevé au réseau TVA.

M. Blackburn (Jonquière): Je voudrais maintenant obtenir des précisions sur un affilié et les stations à part entière de Radio-Canada. Quelle différence y a-t-il, en termes de revenus, pour opérer une station à part entière et une comme la vôtre qui est affiliée à Radio-Canada?

M. Bonneau: Les différences sont nombreuses. Si vous parlez des revenus, l'affilié qui est une entreprise privée a, par définition, plus d'énergie à consacrer à ses ventes locales et nationales. Elle est très active dans la vente locale et nationale. Radio-Canada, on l'a vu ces dernières années, augmente cette activité commerciale et renforce son groupe de ventes. Mais, historiquement, l'affilié a toujours été plus actif à vendre ses émissions localement et sélectivement.

Une autre différence est que l'affilié le fait très bien avec un personnel plus versatile et moins nombreux. Des stations comme les nôtres, affiliées à Radio-Canada, opèrent avec deux ou trois fois moins de personnel; et Radio-Canada fait souvent moins d'heures que nous n'en faisons.

• 0955

M. Blackburn (Jonquière): D'accord.

La programmation locale des affiliés augmente-t-elle ou diminue-t-elle à chaque année? Est-on en croissance? Auparavant Radio-Canada achetait un certain nombre d'émissions produites localement et les affiliés touchaient un certain revenu de Radio-Canada pour produire ces

Mr. Blackburn (Jonquière): You misunderstood me. I was talking about an affiliate of the TVA network and about the broadcasting of a program from this network. Now, do these revenues compare with the ones of the CBC affiliates or are they much higher?

Mr. Bonneau: If I may, I would like to quote from our own experience, that of the affiliation of our second station to the Quatre Saisons network, which has only been operating one year. The compensation formula for the Quatre Saisons affiliates is very simple and does in fact give them more money. Now, the publicity which is aired by us and on the same time throughout the network, is higher on the Quatre Saisons network.

The structure of the TVA network is quite different. The number of hours of weekly programming on the network is very limited; it covers only information and public affairs programs. The rest of the broadcast time is made up of programs produced by Télé-Métropole and sold to its associates. It is therefore difficult to make some comparisons. I think that even for this very small part of the network, the percentage is higher at TVA.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would now like to get some specific information about the full-fledged CBC stations and its affiliates. Concerning revenue, what difference is there between a full-fledged CBC station, and one like yours, that is an affiliate of the CBC?

Mr. Bonneau: The differences are many. In terms of revenues, the private sector affiliate can by definition channel more energy into its local and national sales. The affiliate is therefore selling very actively on the local and national scene. True, these last few years, the CBC has increased its commercial operations and has reinforced its sales, but historically, the affiliate station has always put more energy into selling selectively its programs at a local level.

Another difference worth mentioning is that the affiliate is very efficient despite a smaller but more versatile personnel. Affiliates of the CBC like ours, operate with twice or three times less personnel, and the CBC often broadcasts fewer hours than we do.

Mr. Blackburn (Jonquière): Right.

Is the local programming of the affiliates on the rise, or decreasing every year? Are we in a growth period? Previously, the CBC bought a certain number of locally produced programs, and its affiliates were given a certain part of the network's revenues to produce those programs.

[Texte]

émissions. Assistons-nous à une augmentation de cette production par les affiliés ou, au contraire, à une régression?

Mr. K. Clark: Local service in the markets we serve is vital to our being what we are. So we have an obligation to provide that service, to provide our communities with the opportunity to let people know what is going on in their own community.

We have done a quick run through the affiliates, and as of yesterday, for this season 22 stations deliver 266 hours per week of local programming. That is an enormous contribution. The kinds of programs include education, news, sports, public affairs, religion, fitness, agricultural programs, quiz programs—all kinds of different varieties.

As for their growing or diminishing, I would suggest to you that they are at a significantly high level at the moment, and most stations are committed to the maintenance of that kind of level on average. I think the highest is about 17 hours, almost 17.5 hours. Peterborough produces 17 hours and 25 minutes, and the smallest amount would be something in the order of 7 hours a week of local programming. From time to time, those have been conditions of licence imposed by the CRTC.

M. Blackburn (Jonquière): Il y a un certain nombre d'émissions que le réseau demande aux affiliés de produire; elle les repassent sur le réseau national. Voilà ce que je veux savoir. Ces productions augmentent-elles ou est-ce que Radio-Canada vous en fait faire de moins en moins? Car des pertes en revenu pour les affiliés doivent s'en suivre.

M. Bonneau: Monsieur Blackburn, vous avez raison. Depuis plusieurs années les affiliés, au réseau français particulièrement. . . C'est ce qui explique que M. Clark a enchaîné avec une réponse un peu différente. Les affiliés du réseau français ont effectivement répondu à une demande de Radio-Canada de produire des émissions pour le réseau. Mais elles ont effectivement diminué considérablement à la suite des coupures budgétaires.

M. Blackburn (Jonquière): Ce qui implique de bonnes pertes de revenu pour les affiliés.

M. Bonneau: Une bonne perte de revenu, oui, mais pas nécessairement une bonne perte de profit. Les émissions que nous faisons pour Radio-Canada étaient faites à un prix très abordable. Souvent, nous les avons faites pour garder nos équipes en place, en plein travail. Mais, elles ne représentaient pas une source de revenu importante et significative. Nos équipes sont très intéressées à produire une émission pour le réseau; cela fait monter notre fierté de plusieurs crans.

M. Blackburn (Jonquière): D'accord.

[Traduction]

Are we seeing an increase of these affiliate produced programs, or on the contrary, is there a decrease?

M. K. Clark: Les émissions locales diffusées par nos affiliés nous paraissent essentielles à notre identité. Nous estimons donc être obligés de fournir un tel service, c'est-à-dire de laisser savoir aux collectivités que nous desservons ce qui se passe chez elles.

Après avoir parcouru les données d'hier relatives à nos postes affiliés, pour la saison actuelle, nos 22 stations diffusent 266 heures d'émissions locales par semaine. Il s'agit là d'une proportion considérable. Ces émissions sont très diverses et englobent des domaines comme l'éducation, les nouvelles, les sports, les affaires publiques, la religion, le conditionnement physique, l'agriculture, les jeux-questionnaires, enfin toutes sortes de choses.

Pour ce qui est de savoir si ces émissions locales sont en croissance ou en décroissance, leur nombre est très élevé en ce moment, et la plupart des stations tiennent à maintenir de tels niveaux. Je crois que le plus élevé atteint 17 heures, même près de 17 heures et demie. En effet, à Peterborough, on produit 17 heures et 25 minutes d'émissions locales, et à l'extrême opposé, on produit environ 7 heures d'émissions locales. Je précise que de temps à autre, ce minimum est imposé par le CRTC aux diffuseurs comme condition indispensable d'obtention d'une licence.

Mr. Blackburn (Jonquière): The network asks the affiliates to produce a certain number of programs; they are also broadcast on the national network. Here is what I want to know. Is the number of those programs on the rise, or is the CBC asking you to produce fewer and fewer of them? I ask this because revenue losses must result from that.

Mr. Bonneau: You are right, Mr. Blackburn. for many years, the affiliates, especially those of the French network. . . That is why Mr. Clark gave you a somewhat different answer. Coming back to those affiliates of the French network, they did produce programs for the network at the asking of the CBC, but it is also true that the number of those programs has gone down dramatically because of budget cuts.

Mr. Blackburn (Jonquière): Which means that the affiliates suffered important revenue losses as a result of that.

Mr. Bonneau: Yes, important losses, but not necessarily a loss of important profits. The cost of making those programs for the CBC was very affordable and they were. Often made to keep our crews working and on the spot. Nevertheless, those programs were not a source of significant revenues. Our crews are very interested in producing a program for the network; it certainly gives a big boost to our pride.

Mr. Blackburn (Jonquière): Right.

[Text]

[Translation]

• 1000

Lorsque vous expliquiez les difficultés que vous avez actuellement avec le réseau au niveau de la négociation d'une entente sur la part de revenu que doit toucher les affiliés, vous souhaiteriez que le CRTC arbitre et tranche le différend. Ai-je bien compris?

M. Bonneau: C'est exact, monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Merci beaucoup.

Mme Finestone: Monsieur Bonneau, vous avez dit que vous comblez convenablement vos promesses de performance faites au CRTC. C'est avec fierté et grand intérêt que vos propres stations affiliées sont diffusées sur les autres écrans du réseau. Mais du côté anglais. . .

Mr. Clark, with respect to the promise of performance for the CRTC outside of local news, first of all, what kinds of programs do you produce in the entertainment or in the drama area; secondly, to what extent is that picked up by others of the affiliates? My particular goal is that Canadians should get to know each other coast to coast, so if it is well produced in Newfoundland we can appreciate it on Vancouver Island.

Mr. K. Clark: I can speak perhaps most knowledgeably about our own station, but I think it is more or less representative of what CBC affiliates do.

To answer your last question first, the exchange between CBC affiliates has been less than we might have liked. Only recently did the CRTC allow us local content credit for a program produced by a station in another market, and so we tended always to produce it ourselves because we had a commitment to do so.

In the case of our station, we produce quite a broad range. First, we do not produce drama, with the exception that we produced the mini *Crime Stoppers* pieces, and that gives us a beginning at drama. It is a very small beginning. But for the size of the market we are, we do not effectively do drama.

Mrs. Finestone: What size is your market?

Mr. K. Clark: We are the province of New Brunswick, 750,000 people spread over 58,000 square miles. We do community affairs, public affairs. We do a program called *Choices*, which deals with the problems and opportunities of seniors. We do a very high-quality award-winning children's program called *Blue Rainbow*, with Lucie Lauzon, which has just been picked up by the Global network and 65 episodes of that will begin to run beginning in January 1988. We do a travel program. We do a news scope program which examines issues and people in our market. We do a variety program. We will

You were explaining the difficulties that you are having with the network in your negotiations to obtain the revenue that should accrue to the affiliates; if I understood you well, you would like the CRTC to act as arbitor, to rule on that. Is that it?

Mr. Bonneau: Yes, that is it, Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you very much.

Mrs. Finestone: Mr. Bonneau, you have said that you fulfill acceptably your promises of performance made to the CRTC. It is with pride and a great interest that you see the programs produced by your affiliate stations broadcast on the rest of the network. But, on the English side. . .

Monsieur Clark, pour ce qui est des promesses faites au CRTC au sujet d'émissions autres que les nouvelles locales, d'abord, quelle genre d'émission produisez-vous dans le domaine des variétés ou des télé-dramatiques? En second lieu, dans quelles mesures ces émissions sont-elles diffusées par les autres postes affiliés? Mon objectif à moi, c'est que les Canadiens puissent se connaître d'un océan à l'autre, si bien que lorsqu'une émission provenant de Terre-Neuve est bien faite, on puisse aussi l'apprécier lorsqu'on vit sur l'île de Vancouver.

M. K. Clark: Je puis surtout vous parler de ce que nous faisons au sein de notre propre station, mais c'est plus ou moins représentatif des activités des autres postes affiliés de Radio-Canada.

D'abord, en réponse à votre première question, les échanges entre les divers postes affiliés de Radio-Canada ont été inférieurs à ce que nous aurions aimé. Ce n'est que récemment que le CRTC nous a autorisé à indiquer le nom des collaborateurs locaux dans le cas d'émissions produites par une station affiliée desservant un autre marché; auparavant, nous avions toujours tendance à produire l'émission nous-mêmes, puisque nous nous sentions obligés de le faire.

Dans le cas de notre station, nous produisons une assez vaste gamme d'émissions. D'entrée de jeu, cependant, je précise que nous ne produisons pas de télé-dramatiques, exception faite des très brèves émissions *Crime Stoppers* (échec au crime), ce qui constitue un début, même s'il est très modeste. Cependant, compte tenu de l'importance de notre marché, nous ne produisons pas d'émissions dramatiques.

Mme Finestone: Quel est l'éventail de votre marché?

M. K. Clark: Nous desservons le Nouveau-Brunswick, ce qui se traduit par un auditoire de 750,000 personnes réparties sur 58,000 milles carrés. Nous produisons des émissions communautaires et d'affaires publiques. Ainsi, par exemple, nous produisons une émission intitulée *Choices*, où il est question des problèmes et des possibilités que connaissent les personnes âgées. Nous sommes également les auteurs d'une émission pour enfants de toute première qualité et qui a récolté des prix; il s'agit de *Blue Rainbow*, mettant en vedette Lucie Lauzon, et dont la chaîne Global vient d'acheter 65

[Texte]

do 26 half-hour variety shows this year which will highlight mostly young New Brunswick talent. They are, of course, generously compensated for their performances, and it provides them not only with that compensation but also with a window to the province of New Brunswick which they would not otherwise have. We do, of course, news. We do the high school quiz program *Reach for the Top*. We do programs specifically for the northeast—

Mrs. Finestone: That is a very good PR program and I am really delighted. With what sounds like a very exciting range and diverse subjects, which you cover from the youth to the elderly, (a) how do your affiliates know what you have—is there some kind of in-house bulletin or are there video clips that you send around; (b) how do you market that so there are choices across the country; and (c) are you going to have problems with copyright if you move from province to province?

Mr. K. Clark: To answer the last question first, copyright should not be a problem if we set it up properly; that is, make sure that we look after all the details first.

The answer to your first question is that we do not do enough of that. There is no continuing mechanism that lets Stewart Craig in Brandon know what Ken Clark in New Brunswick is doing, but there probably should be. There is one project afoot at the moment, with four CBC affiliates co-operating, where we have agreed to do a certain contribution. Thunder Bay, a British Columbia station, and others—we would each contribute to a series which we would all run.

Mrs. Finestone: Mr. Clark, I find it interesting that either Global or CTV would have picked up a series that yet would have met some of the criteria we need for national CBC. Was this program, *Blue Rainbow*, put on that exchange you have, regional exchange, Atlantic, central, western, that CBC supposedly has? Is that not what we learned about... and there is bidding, etc.? It sounds very exciting and complicated.

[Traduction]

épisodes qui commenceront à être diffusées en janvier 1988. Nous avons également conçu une émission consacrée aux voyages, ainsi qu'une émission d'actualité, où il est question de certains sujets et de certaines personnes vivant dans la région que nous desservons. Nous produisons également une émission de variétés. Cette année, elle comptera 26 épisodes d'une demi-heure et mettra surtout en vedette les jeunes talents du Nouveau-Brunswick. Bien entendu, ces derniers sont généreusement rémunérés, ce qui en soi est très bien, mais en outre, l'émission leur donne l'occasion unique de se faire connaître dans la province du Nouveau-Brunswick. Par ailleurs, bien entendu, nous produisons des émissions de nouvelles ainsi qu'un jeu-questionnaire à l'intention des étudiants du secondaire et qui s'appelle *Reach for the Top*. Nous concevons des émissions répondant tout simplement aux besoins du Nord-Est. . .

Mme Finestone: C'est une excellente façon de faire sa publicité, et je suis vraiment ravie, car vous semblez offrir une gamme très stimulante d'émissions diverses, qui englobent tous les âges, depuis les jeunes jusqu'aux personnes âgées. Maintenant, comment vos postes affiliés peuvent-ils savoir ce que vous avez à offrir? Disposez-vous d'une espèce de lettre circulaire ou de bulletin interne ou faites-vous distribuer des bandes vidéo? En second lieu, comment commercialisez-vous vos produits de sorte qu'on dispose de ces choix partout au Canada? Et enfin, si vous faites diffuser une émission dans une autre province, cela entraînera-t-il des problèmes de droit d'auteur?

M. K. Clark: Pour répondre d'abord à votre dernière question, le droit d'auteur ne devrait pas représenter de problèmes si nous nous en sommes auparavant occupés de la façon appropriée; j'entends par là que nous ayons tenu compte de tous les détails.

Maintenant, pour ce qui est de votre première question, non, nous n'en faisons pas suffisamment à ce chapitre. Il n'existe pas de mécanisme permanent permettant à Stewart Craig de Brandon de savoir ce que Ken Clark du Nouveau-Brunswick est en train de faire, mais il devrait probablement en exister un. En ce moment, quatre postes affiliés à Radio-Canada collaborent à un projet, auquel nous aussi avons convenu de participer. Il s'agit d'un poste affilié de Thunder Bay, un autre de la Colombie-Britannique et d'autres encore qui contribuent à la production d'une série que nous diffuserions tous.

• 1005

Mme Finestone: Monsieur Clark, je trouve intéressant que ni Global, ni la CTV n'aient utilisé une série qui aurait pourtant satisfait à certains des critères dont nous avons besoin pour les programmes nationaux de la Société Radio-Canada. Ce programme, *Blue Rainbow*, faisait-il partie des échanges régionaux que Radio-Canada a censément avec les régions de l'Atlantique, du Centre et de l'Ouest? N'est-ce pas ce que nous avons appris... que cela se fait avec enchères, et tout? Cela paraît aussi passionnant que compliqué.

[Text]

Mr. K. Clark: The affiliates have never been included by the network in that regional exchange.

Mrs. Finestone: Do you believe the affiliates should be included in the regional exchange?

Mr. K. Clark: Yes, I do.

Mr. Garraway: I wonder if I could add to that just a brief comment. There is movement amongst the Ontario CBC affiliates to convene a conference to discuss the very thing you are talking about, the exchange of locally produced programming, and perhaps the co-production of certain things that would not be feasible for an individual station. So that is in the works.

Mrs. Finestone: I am very pleased to hear that.

Mr. Caldwell: Gentlemen, when we start talking about affiliates, many of us on this committee at one time worked in radio or television. I happened at one stage in my life to work for an affiliate that is now going to go independent, CKNX in Wingham, along with CFPL in London. Just to set the record straight on something Ms McDonald was referring to, the appropriations of money the CBC receives, that is not your concern. Your concern is that the CBC revenues have been increasing; you want a share of their advertising dollars, because they are making it off you as well. Is that not what you are saying?

Mr. K. Clark: They are. I guess what we bottom-line need is a reasonable amount of money with reasonable growth over a reasonable period. Whether it is related to actual sales or not is immaterial in the long haul, I guess; but bottom line, that is what we think we need.

Mr. Caldwell: But if they are putting the ads on their network programming, you want your fair share: that is really what you are saying.

Mr. K. Clark: Yes.

Mr. Caldwell: And you do not think you are getting it.

Mr. K. Clark: We are not getting our fair share.

Mr. Caldwell: These are very exciting times for television. I am sure it has crossed your mind whether you disaffiliate, whether you stay with the CBC, because especially in the province of Quebec, where you have Quatre Saisons, which is a relatively new network coming on stream, it does give you another alternative to look at that particular area and say, well, maybe they will give me a better deal than the CBC. You people are businessmen. You are representing your companies. You have to look at that and say well, maybe I would be better off somewhere else. I will get to Ontario and the rest of Canada in a minute. Mr. Bonneau, what do you think about that?

Mr. Bonneau: Sir, we agree 100%; and we have already done that. We are a member, by a twin-stick operation, of the new Quatre Saisons network. It will take years before

[Translation]

M. K. Clark: Les stations affiliées n'ont jamais été incluses dans ce réseau d'échanges régionaux.

Mme Finestone: Pensez-vous qu'elles devraient l'être?

M. K. Clark: Oui.

M. Garraway: Permettez-moi d'ajouter un bref commentaire. Les stations de l'Ontario affiliées à Radio-Canada auraient l'intention de se réunir pour discuter de la question même que vous évoquez, c'est-à-dire, l'échange de productions locales, et peut-être la coproduction de certains programmes qui ne pourraient pas être réalisés par une seule station. Tout cela est en projet.

Mme Finestone: Je suis ravie de l'apprendre.

M. Caldwell: Messieurs, lorsque nous parlons de stations affiliées, n'oublions pas que beaucoup des membres de ce Comité ont autrefois travaillé à la radio ou à la télévision. A une certaine époque, j'ai travaillé pour une de ces stations qui vont maintenant devenir autonomes, CKNX à Wingham, et CFPL à London. Je voudrais faire une mise au point à propos de ce à quoi M^{me} McDonald faisait allusion: ce qui vous préoccupe, ce ne sont pas les allocations budgétaires à Radio-Canada, mais le fait que les recettes de Radio-Canada augmentent et que vous voudriez une partie de l'argent qu'elle tire de la publicité, car c'est aussi un peu sur votre dos qu'elle le gagne. C'est bien cela, n'est-ce pas?

M. K. Clark: En effet. Fondamentalement, ce dont nous avons besoin, c'est d'une somme raisonnable d'argent et d'une croissance raisonnable sur une période raisonnable. A long terme, peu importe que cela soit lié aux ventes réelles ou non; mais fondamentalement, c'est ce dont nous croyons avoir besoin.

M. Caldwell: Ce que vous voulez dire, c'est que si Radio-Canada présente de la publicité dans les programmes de son réseau, vous voudriez en avoir une juste part.

M. K. Clark: Oui.

M. Caldwell: Et selon vous, ce n'est pas ce qui se passe.

M. K. Clark: Notre part n'est pas suffisante.

M. Caldwell: La télévision vit une époque passionnante. Je suis certain que vous vous êtes dit—que vous vous désaffiliez ou non—que l'autre possibilité qui s'offre à vous est peut-être financièrement plus intéressante que l'affiliation avec Radio-Canada, en particulier au Québec, où vous avez Quatre Saisons qui est un réseau relativement nouveau. Vous êtes des gens d'affaires. Vous représentez vos sociétés. Vous êtes obligés d'en tenir compte et de vous dire qu'une autre solution serait peut-être plus avantageuse. Je parlerai dans un instant de l'Ontario et du reste du Canada. Monsieur Bonneau, que pensez-vous de tout cela?

M. Bonneau: Monsieur, nous sommes d'accord à 100 p. 100; nous avons déjà décidé et sommes maintenant membres, par le jumelage de nos stations, du nouveau

[Texte]

this is a commercially healthy situation, and we know that. At present our income is our CBC-affiliated station; and it will be for years to come.

Mr. Caldwell: But the problem you run into of course is that whenever a station disaffiliates with Radio-Canada or the CBC, your answer is twin-sticking, which may not be the answer, because that still fragments the market. In the case of the other gentlemen here—I believe there is somebody from Barry. . . But the same thing can happen there. Say you went with Global, for example, the new network that is supposedly in the news these days, with London and Hamilton and possibly a couple of stations out in western Canada. The CBC, although they probably could get it out of Toronto. . . but there is still that area to serve. The CBC then has to go in and put some kind of service in, whether it is just a relay or whatever, to provide that service. So the CBC is caught one way or the other. It is going to cost them whether you guys stay with them or whether you pull out, if they are going to provide that service.

• 1010

Mr. Garraway: One of the issues you raise is the matter of local service and the problem with the extension of existing O-and-O services into areas, and I can characterize our area as being one of those. I suppose one plan could be to take the CBLT service out of Toronto and extend it into say Muskoka and that region, but you immediately lose the local service. I think that is one of the basics of the system. So that has to be part of any solution to all of this.

Mr. Caldwell: Just for the record, what is the difference between the price you would charge for a local spot versus a national spot? I am trying to get your share. If Canadian Tire, say, runs an ad on the hockey games, what is your share of that? What is supposed to be your share? I know it depends on different stations.

Mr. K. Clark: The simple answer to that, Mr. Caldwell, is zero. If the CBC sells a spot in the hockey game to Canadian Tire, that has no results in the revenue column of my statement.

Mr. Caldwell: You get nothing.

Mr. K. Clark: Zero.

Mr. Caldwell: Did you ever get anything?

Mr. K. Clark: Not for the network time that is sold on our stations.

Mr. Caldwell: So if they do not leave you an availability, then you have problems.

Mr. K. Clark: Precisely.

Mr. Caldwell: And are you saying they are not leaving you enough availabilities?

Mr. K. Clark: That is part of the problem.

[Traduction]

réseau de Quatre Saisons. Il faudrait des années avant que notre situation soit saine sur le plan commercial, et nous le savons. Dans le moment, c'est notre station affiliée à Radio-Canada qui nous assure notre revenu, et il en sera ainsi dans les années à venir.

M. Caldwell: Il n'en reste pas moins que le problème auquel vous vous heurtez est que chaque fois qu'une station se désaffilie de Radio-Canada ou de la CBC, votre solution est de recourir à ce jumelage, ce qui n'est peut-être pas la bonne chose à faire, car cela fragmente malgré tout le marché. Dans le cas des autres personnes présentes—je crois qu'il y a quelqu'un de Barry. . . La même chose se passe chez eux. Supposons, par exemple, que vous affiliiez vos stations de London et de Hamilton, et peut-être une ou deux autres de l'ouest du Canada, à Global, le nouveau réseau qui est soi-disant vedette ces temps-ci. Bien qu'elle puisse probablement le faire de Toronto, Radio-Canada est obligée d'assurer un service, même s'il ne s'agit que d'un relais. Radio-Canada est donc perdante sur les deux tableaux. Que vous restiez affiliés ou non, cela va lui coûter de l'argent si elle assure ce service.

M. Garraway: Un des problèmes que vous soulevez est celui du service local et de l'extension des services sur ondes et par câble existant dans ces régions, dont la nôtre fait partie d'ailleurs. Une solution consisterait, je suppose, à étendre le service de CBLT de Toronto à, par exemple, Muskoka et la région avoisinante, mais cela vous fait immédiatement perdre le service local. C'est un des éléments fondamentaux du système et, quelle que soit la solution à tout ceci, il faut en tenir compte.

M. Caldwell: Simplement pour mémoire, quelle est la différence de prix entre ce que vous demandez pour une publicité locale et une publicité nationale? J'essaie de déterminer ce qu'est votre part. Si Canadian Tire par exemple, présente une publicité pendant les matchs de hockey, quelle est votre part? Quelle est-elle censée être? Je sais que cela dépend des stations.

M. K. Clark: La réponse est facile, monsieur. C'est zéro. Si Radio-Canada vend à Canadian Tire un créneau pour le match de hockey, cela n'a aucun effet sur mes recettes.

M. Caldwell: Vous n'en tirez rien.

M. K. Clark: Pas un sou.

M. Caldwell: N'avez-vous jamais tiré quelque chose?

M. K. Clark: Pas pour le temps d'antenne vendu par nos stations.

M. Caldwell: Et cela vous crée donc des problèmes si Radio-Canada ne vous laisse pas de créneau à utiliser.

M. K. Clark: En effet.

M. Caldwell: Et selon vous, elle ne vous en laisse pas suffisamment?

M. K. Clark: C'est un des éléments du problème.

[Text]

Mr. Caldwell: So they are filling up what used to be called local holes with national spots.

Mr. K. Clark: They declare from time to time what will be their avails. When we started we had six 30-second occasions in *The Journal*; now we have one. Those are occupied now by CBC sold advertising. There is no return to the station as a result of that.

Mr. Caldwell: You had six, and now you have one.

Mr. K. Clark: Yes.

Mr. Caldwell: So on the hour between the national news and the end of *The Journal* you have only one spot.

Mr. K. Clark: It might be two. But my point is it is significantly less than it used to be.

Mr. Caldwell: Because you cannot have any in the newscast.

Mr. K. Clark: Precisely.

Mr. Caldwell: So you cannot get any until they are into *The Journal* halfway through, and you say they are only giving you one.

Mr. K. Clark: And it is diminishing all the time.

Mr. Caldwell: Did they consult you to say that they were going to—

Mr. K. Clark: No, sir, they do not consult us on any of that. They declare what their reserve time will be and what their avails will be.

Mr. Caldwell: When they proposed the idea of *The Journal*, did they kind of say to you look, affiliates, there will be some spots available for you in the slots?

Mr. K. Clark: Yes.

Mr. Caldwell: Mr. Bonneau, I understand there is a similar program on Radio-Canada. Have they done the same to you there?

Mr. Bonneau: The hour of 10 to 11 is the same format—*Téléjournal* followed by *Le Point*. We have more than Ken implies. Our difficulty is not particularly in that hour, it is a general principle difficulty which we have lived with through the years. An affiliate such as ourselves has much less availabilities, as we say in our lingo, to a degree of one-third, I would say, to offer to sponsors. So when a sponsor hits the streets, so to speak, and asks for a quotation from a TVA affiliate, or in our case a Quatre Saisons affiliate, and a CBC affiliate, the CBC affiliate cannot put an elegant prime-time package because it has much, much less availabilities available. That is a permanent problem.

[Translation]

M. Caldwell: Radio-Canada utilise donc ce que l'on appelait autrefois les créneaux locaux pour présenter des messages publicitaires nationaux.

M. K. Clark: Elle annonce de temps en temps ce qu'elle veut se réserver. Au début, nous pouvions disposer de six créneaux de 30 secondes au *Journal*; nous n'en avons plus qu'un maintenant. Les autres sont maintenant utilisés par la publicité payante de Radio-Canada. Notre station n'en tire donc pas un sou.

M. Caldwell: Vous aviez six créneaux et vous n'en avez plus qu'un.

M. K. Clark: Oui.

M. Caldwell: Donc, pendant l'heure qui s'écoule entre les nouvelles nationales et la fin du *Journal*, vous n'avez qu'un seul créneau.

M. K. Clark: Peut-être bien qu'il y en a deux. Mais ce que je veux démontrer, c'est qu'il sont beaucoup moins nombreux qu'auparavant.

M. Caldwell: Vous ne pouvez pas en avoir pendant les nouvelles.

M. K. Clark: En effet.

M. Caldwell: Vous ne pouvez donc pas présenter de publicité avant que *The Journal* ne soit à moitié terminé, et encore, dites-vous, on ne vous donne qu'un seul créneau.

M. K. Clark: Et nous en avons de moins en moins.

M. Caldwell: Radio-Canada vous a-t-elle consulté pour vous dire ce qu'elle avait l'intention de...

M. K. Clark: Non, monsieur, Radio-Canada ne nous consulte jamais. Elle nous annonce le temps qu'elle a l'intention de se réserver et ce que sera son temps d'antenne.

M. Caldwell: Lorsque l'idée du *Journal* a été proposée, a-t-on dit aux affiliés qu'ils disposeraient d'un certain nombre de créneaux?

M. K. Clark: Oui.

M. Caldwell: Monsieur Bonneau, je crois comprendre que le réseau français offre un programme analogue. Vous a-t-on fait subir le même sort?

M. Bonneau: De 22 heures à 23 heures, c'est la même formule—*Le Téléjournal* suivi par *Le Point*. Nous bénéficions de plus de créneaux que ne le laisse entendre Ken. Ce n'est pas cette heure-là qui nous pose particulièrement de problème; ce dont il s'agit, c'est un problème général de principe que nous connaissons depuis des années. Une station affiliée telle que la nôtre, a beaucoup moins de temps disponible, comme nous disons chez nous, à offrir aux commanditaires—je dirais, un tiers de moins. Donc, lorsqu'un commanditaire prend sa canne et son chapeau et s'en va demander ses prix à une station affiliée à TVA, ou, dans notre cas, à Quatre Saisons, et qu'il en fait de même auprès de la station affiliée à Radio-Canada, celle-ci n'est pas en mesure de lui présenter une formule élégante de publicité aux heures de pointe du fait

[Texte]

Mr. Caldwell: Just one final question. Other than coming here and voicing your concerns about the CBC, where else can you go? Does the CRTC really care whether or not the CBC is paying you guys enough for your commercials?

Mr. K. Clark: I think the CRTC cares, Mr. Caldwell, but they are impotent in dealing with the situation. As we said in our presentation, we have agreed with the CRTC that this should be mediated. We have written to them on four occasions since April, and there has been no reply to our most recent letters.

Mr. Caldwell: If you had Mr. Juneau in front of you, what would you ask him?

Mr. K. Clark: We have had Mr. Juneau in front of us—

Mr. Caldwell: We will have him this afternoon. What do you want us to ask him?

Mr. K. Clark: I would ask him why he will not negotiate an arrangement with his affiliates.

Mr. Caldwell: Thank you, sir.

The Chairman: Mr. Bonneau and gentlemen, you have brought a severe problem before us. We do not have the authority to solve your problem, but of course we have many opportunities to address the problem and to bring it to the attention of those who can solve it. It is an important part of our industry and one that is apparently at some peril at the present time.

• 1015

Just for the benefit of the committee, I would ask you to submit to us in writing, when you are able to prepare it and I think the terms I will give you will make this possible, a statement of the financial picture of the CBC affiliates. What I am getting at is, among the private-sector television broadcasters in this country, are CBC affiliates more or are they less successful financially than CTV affiliates, for example, and independent television stations? I think if you were to give us boxcar numbers, there are enough stations involved that there would not be any trade secrets divulged. Mr. Bonneau, do you think that would be possible?

Mr. Bonneau: I wish this question was addressed to a group that would have access to the figures of the others. We can have our figures put together by an independent firm, but as far as the CTV and the independents' figures, I do not frankly know how we can have access to that, except via the CRTC's private availability.

The Chairman: We will go after them for that, if you will provide us with yours.

Mr. Bonneau: Indeed.

[Traduction]

que le temps dont elle dispose est beaucoup plus réduit. Il s'agit là d'un problème permanent.

M. Caldwell: Une dernière question. A part venir ici pour exprimer vos doléances au sujet de Radio-Canada, que pouvez-vous faire d'autre? Le CRTC se soucie-t-il vraiment de savoir si Radio-Canada vous paie suffisamment pour vos annonces publicitaires?

M. K. Clark: Je pense que oui, monsieur, mais il est impuissant. Comme nous l'avons dit dans notre exposé, nous sommes convenus avec le CRTC que cela devrait faire l'objet de médiations. Nous lui avons écrit à quatre reprises depuis avril, et nos lettres les plus récentes n'ont toujours pas reçu de réponse.

M. Caldwell: Si M. Juneau se trouvait devant vous, que lui demanderiez-vous?

M. K. Clark: Nous avons déjà eu M. Juneau devant nous. . .

M. Caldwell: Il sera ici cet après-midi. Que voulez-vous que nous lui demandions?

M. K. Clark: Je lui demanderais pourquoi il ne veut pas négocier d'entente avec ses stations affiliées.

M. Caldwell: Merci, monsieur.

Le président: Monsieur Bonneau, messieurs, vous venez de nous soumettre un grave problème. Nous n'avons pas les pouvoirs requis pour résoudre votre problème, mais nous avons naturellement de nombreuses occasions de nous en occuper et de les signaler aux personnes en mesure de trouver une solution. C'est un élément important de notre industrie, qui semble actuellement en difficulté.

Pour la gouverne du comité, je vous serai obligé de nous soumettre par écrit—lorsque vous pourrez le préparer et je ferai en sorte que cela soit possible—un état financier des stations affiliées à Radio-Canada. Ce que je voudrais savoir c'est si les stations de télévision du secteur privé qui sont affiliées à Radio-Canada réussissent mieux, ou plus mal, sur le plan financier, que les affiliés de CTV, par exemple, et les stations de télévision indépendantes? Vous pourrez vous contenter de nous donner des chiffres globaux car il y a suffisamment de stations concernées et cela permettrait de ne divulguer aucun secret commercial. Pensez-vous que cela soit possible, monsieur Bonneau?

M. Bonneau: Il vaudrait mieux poser cette question à un groupe qui aurait accès aux chiffres des autres stations. Nous pouvons demander à une société indépendante d'établir notre bilan financier, mais en ce qui concerne ceux des indépendants et des stations affiliées à CTV, je ne sais vraiment pas comment y arriver, à moins de passer par le CRTC qui a accès à ces enseignements.

Le président: Si vous voulez bien nous communiquer vos chiffres, nous nous occuperons du reste.

M. Bonneau: Très bien.

[Text]

The Chairman: I think there should not be a great deal of difficulty with your information going on the public record if it is grouped.

Mr. Bonneau: No problem at all.

The Chairman: And there may be other questions we would submit in writing. We will be consulting on that. We greatly appreciate your appearance here today.

Mr. Bonneau: Just a little comment on your last remark. We have no objection at all to a group figure, of course. I would caution though that whoever reads the figure also has the comments on the discrepancies that might exist between the upper and lower scale of that group, and not only address the average, which sometimes does not exist—

The Chairman: As Mrs. Finestone suggests, give us the high and low if you would. That would be helpful to us. It will give us an idea of the successes and the difficulties you are faced with.

Mr. Bonneau: We will.

The Chairman: Thank you again.

Mr. Bonneau: Thank you very much, ladies and gentlemen.

The Chairman: We now invite Mr. Clark to stay at the table and become our next witness. Mr. Clark, you are most welcome. We are glad you are able to catch up with us today in Montreal. I think we were trying to arrange that in your own region earlier this year during our Atlantic swing into Halifax and Moncton. We look forward to what you have to tell us, and I am sure you are looking forward to our questions. Please go ahead, sir.

• 1020

Mr. Ken Clark (President and General Manager, New Brunswick Broadcasting Co. Limited, CHSJ Radio and Television Station): Thank you. We appreciate the opportunity to be here today, Mr. Chairman and members of the committee, and to contribute modestly to the process that will develop a new broadcasting policy and act for our nation. You have a difficult and complicated task to perform, and we wish you well in that.

Just as a matter of housekeeping, I have submitted to you three documents: one is a transcript of what I propose to say, the other is a copy of the letter I wrote to your committee on July 15, and the third is a copy of an agreement between the CBC and New Brunswick Broadcasting made in September 1986.

It is hoped that by the time we finish this exchange today you will have a clearer understanding of the history of broadcasting in New Brunswick, one of the more

[Translation]

Le président: S'il s'agit de chiffres globaux, je ne pense pas que le fait de les rendre publics crée beaucoup de difficulté.

M. Bonneau: Ça ne pose aucun problème.

Le président: Nous vous soumettrons peut-être d'autres questions par écrit. Nous nous consulterons à ce sujet. Nous sommes très heureux que vous ayez bien voulu comparaître aujourd'hui.

M. Bonneau: Un mot à propos de votre dernière remarque. Nous n'avons aucune objection à fournir un chiffre global, bien sûr. Je tiens cependant à souligner que celui qui verra ce chiffre devra également tenir compte des écarts possibles entre le haut et le bas de l'échelle dans ce groupe, et pas uniquement de la moyenne, qui n'existe parfois pas. . .

Le président: Comme le propose M^{me} Finestone, donnez-nous les maximum et les minimum, si vous le voulez bien. Cela nous sera utile et nous donnera une idée de vos succès et de vos difficultés.

M. Bonneau: Certainement.

Le président: Merci encore.

M. Bonneau: Merci beaucoup, mesdames et messieurs.

Le président: M. Clark est notre prochain témoin; nous l'invitons donc à rester à la table. Monsieur Clark, vous êtes le bienvenu. Nous sommes heureux que vous ayez réussi à nous rattraper aujourd'hui, à Montréal. Je crois que nous avons déjà essayé de vous rencontrer dans votre propre région, quand nous sommes passés il y a quelque temps dans la région de l'Atlantique, à Halifax et à Moncton. Nous attendons vos commentaires avec intérêt, et je suis certain que vous serez heureux de répondre à nos questions. Vous avez la parole.

M. Ken Clark (président et directeur général, New Brunswick Broadcasting Co. Limited, station de radio-télévision CHSJ): Merci. Nous sommes heureux de pouvoir comparaître devant vous aujourd'hui, monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, et d'apporter notre modeste contribution au processus d'élaboration d'une nouvelle loi et d'une nouvelle politique de radiodiffusion pour l'ensemble de notre pays. Votre tâche est difficile et complexe et nos vœux de réussite vous accompagnent.

Une simple question d'intendance: je vous ai soumis trois documents: le premier est une transcription de ce que j'ai l'intention de dire, le second, une copie de la lettre que j'ai écrite à votre Comité le 15 juillet et le troisième, une copie d'un accord conclu en septembre 1986 entre Radio-Canada et New Brunswick Broadcasting.

Nous espérons qu'à la fin de cet échange de propos, vous aurez une idée plus claire de l'historique de la radiodiffusion au Nouveau-Brunswick qui, dans ce

[Texte]

interesting and controversial broadcast markets in the nation.

New Brunswick Broadcasting has been a broadcast pioneer in our province, having begun CHSJ Radio in 1934 and CHSJ Television in 1954, and was the first television station of any kind east of Montreal. The ownership of the company has been the same since 1940. CHSJ Television has been the CBC affiliate since their beginning 33 years ago. A long tradition of program production and service to our area exists and includes the first productions of *The Don Messer Radio Show*, *Time for Juniors*, *The Empty Stocking Fund Broadcast*, *Newscope*, *Reach for the Top*, *Midday*, *The Blue Rainbow*, *Choices*, and many, many more.

Having been in AM radio since 1929—the predecessor of CHSJ was CFBO and it started in 1929—we have like many other AM radio services been struggling in a business sense. We run a fine full-service radio station with a strong track record in community service, news, talent promotion and development.

There are 29 other radio stations in New Brunswick, and 8 signals in the Saint John market. We run only one radio station, and our solution to a difficult business environment is to invest further in the community we serve. Over the next 12 weeks we will be spending over \$1 million to move from a 40-year-old transmitter location, to change dial position from 1150 kHz to 700 kHz, to install a totally new, state-of-the-art production and on-air facility in AM stereo, and to introduce the most modern AM radio facility in eastern Canada to our area. We are committed to doing an excellent job in our radio station in New Brunswick.

In television, New Brunswick Broadcasting's CHSJ Television was the first television station of any kind on the air east of Montreal, and the second or third—we are not quite sure which—private station on the air in Canada. Those were of course the days when private money was put to use to extend Canadian broadcasting service in co-operation with the national service of the CBC. Canadians correctly clamoured for this new service—as they have for many other broadcast services since—as the government of the day was unwilling or unable to provide the funds to extend their television service to the whole of the country quickly. Private funds did that in places like London, Sudbury and New Brunswick. Without those funds at that time those areas of the country would not have had television.

During the late 1950s there were two CBC affiliates in New Brunswick, ourselves and Moncton Broadcasting. In 1960 we applied to the Board of Broadcast Governors to

[Traduction]

domaine est un des marchés les plus intéressants et les plus controversés de notre pays.

New Brunswick Broadcasting est un des pionniers de la radiodiffusion dans notre province; c'est cette société qui a lancé CHSJ radio en 1934 et CHSJ télévision en 1954, première station de télévision à l'est de Montréal. Les propriétaires de la société sont les mêmes depuis 1940. CHSJ télévision est affiliée à Radio-Canada depuis ses débuts, il y a 33 ans. Nous avons une longue tradition de production de programmes et de services dans notre région, comme en témoignent les premières productions de la *Don Messer Radio Show*, *Time for Juniors*, et *Empty Stocking Fund Broadcast*, *Newscope*, *Reach for the Top*, *Midday*, *The Blue Rainbow*, *Choices*, et bien d'autres encore.

Nous offrons des programmes de radio MA depuis 1929—un prédécesseur de CHSJ, CFBO, avait commencé à fonctionner en 1929—et comme beaucoup d'autres services de radio MA, nous avons des difficultés commerciales. Nous avons une excellente station de radio qui offre un service complet et qui a beaucoup fait dans le domaine des services communautaires, des nouvelles, de la promotion et du développement des gens de talent.

Il y a 29 autres stations de radio au Nouveau-Brunswick, dont huit desservent le marché de Saint-Jean. Nous n'exploitons qu'une seule station de radio, et la solution que nous avons adoptée pour faire face aux difficultés qui caractérisent l'environnement commercial, est de continuer à investir dans la collectivité que nous desservons. Au cours des 12 prochaines semaines, nous allons dépenser plus de 1 million de dollars pour déménager. Jusque là nous utilisons un émetteur vieux de 40 ans. Nous allons passer de 1,150 kHz à 700 kHz, et installer une station MA stéréo d'émission et de production totalement nouvelle et à la fine pointe de la technologie, et offrir à notre région la station de radio MA la plus moderne de l'est du Canada. Nous nous sommes engagés à faire un excellent travail à cette station.

Dans le domaine de la télévision, la station de télévision CHSJ de New Brunswick Broadcasting a été la première station de télévision à émettre à l'est de Montréal, et la seconde ou la troisième—nous ne sommes pas absolument certains du classement—station privée à le faire au Canada. C'était, bien sûr, l'époque où on utilisait l'argent du secteur privé pour étendre le service de radiodiffusion canadien, en coopération avec le service national de Radio-Canada. Les Canadiens réclamaient fort justement ce nouveau service—comme ils l'ont fait depuis pour beaucoup d'autres services de radiodiffusion—car le gouvernement de l'époque ne voulait pas, ou ne pouvait pas, fournir les fonds nécessaires pour étendre rapidement son service de télévision à l'ensemble du pays. C'est ce à quoi ont servi les fonds privés, dans des villes comme London, Sudbury, et au Nouveau-Brunswick. Sans ces fonds, ces régions n'auraient pas eu de télévision.

A la fin des années 1950 il y avait deux stations affiliées à Radio-Canada au Nouveau-Brunswick, nous-mêmes et Moncton Broadcasting. En 1960, nous avons demandé au

[Text]

extend our service to cover northeastern New Brunswick. So did Moncton Broadcasting, and they were successful and introduced a technically controversial service from a transmitter at Upsalquitch Lake.

There was a constant demand for a second service, and in 1973 the chairman of the CRTC, Pierre Juneau, visited Bathurst, New Brunswick, and advised people there that it was now technically feasible to provide second service to that area, but that millions of dollars would be required and he had no idea when the service might be provided, or by whom.

Representatives of CHSJ Television attended that 1973 meeting and over the ensuing years developed a plan and led a project that did allow the introduction of a second service to northeastern New Brunswick. Very many technical and financial obstacles were overcome as a result of the leadership provided by our company with the co-operation of the CBC.

As a result of our efforts, a second service was provided to that area in 1976. Moncton Broadcasting disaffiliated from the CBC; by this time Moncton Broadcasting had changed hands and was now operated as a CTV affiliate by CHUM Limited.

• 1025

Since 1979, the CBC has prepared and broadcast the early evening news on CHSJ Television. In more recent times the managers and directors of New Brunswick Broadcasting saw an opportunity to solve what for a very long time has been perceived by federal and provincial governments and the broadcast regulators as a problem—the lack of full CBC service in New Brunswick. In the process we developed a plan to further add to maritimers' broadcast services by developing the missing component—a third independent off-air service.

The result was an application submitted in October 1985 to the CRTC to do precisely that. In September 1986, almost a year after the application was presented, a hearing was held at Saint John. In January 1987 our application, which had been supported by the Premier of New Brunswick and the CBC, was approved. The result of this approval will be, as promised, full CBC network service through the existing VHF channels to the whole of the province of New Brunswick and the introduction of independent facilities for central Nova Scotia and the larger areas of New Brunswick. This investment of ours, and ours alone, now about \$7 million, will provide for the CBC and for New Brunswick the service they have wanted at no additional cost to them, but will require that a proper affiliation agreement with CBC be worked out.

[Translation]

Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion de nous autoriser à étendre notre service au nord-est du Nouveau-Brunswick. Moncton Broadcasting en a fait autant, a obtenu l'autorisation et a commencé à diffuser un service techniquement discutable à Upsalquitch Lake.

Les gens réclamaient constamment un second service et en 1973 le président du CRTC, Pierre Juneau, lors de son passage à Bathurst, Nouveau-Brunswick, a annoncé qu'il était maintenant techniquement possible d'assurer un second service dans la région mais qu'il faudrait des millions de dollars pour cela et qu'il ne savait combien de temps cela prendrait ni qui s'en chargerait.

Des représentants de CHSJ télévision assistaient à cette rencontre en 1973 et, au cours des années suivantes, ils élaboraient un plan et lançaient un projet qui permettait effectivement d'assurer un nouveau service dans le nord-est du Nouveau-Brunswick. Grâce au leadership de notre société et à la coopération de Radio-Canada, de nombreux obstacles techniques financiers furent ainsi surmontés.

C'est donc grâce à nos efforts qu'un second service a été offert à cette région en 1976. Moncton Broadcasting s'est désaffiliée de Radio-Canada, cette société avait d'ailleurs changé de main à l'époque et était alors exploitée par CHUM Limited comme station affiliée à CTV.

Depuis 1979, la Société Radio-Canada prépare et diffuse les nouvelles de début de soirée sur la chaîne de CHSJ Télévision. Plus récemment, les gestionnaires et administrateurs de New Brunswick Broadcasting ont découvert un moyen de résoudre ce qui était depuis longtemps considéré comme un problème par les gouvernements fédéral et provinciaux et par les réglementateurs de la radiodiffusion, à savoir l'absence d'un service complet de Radio-Canada au Nouveau-Brunswick. À cette occasion, nous avons préparé un plan destiné à étoffer les services de radiodiffusion à l'intention des habitants des Maritimes en mettant au point l'élément manquant—un troisième service indépendant.

Le résultat a été une demande à cet effet, soumise au CRTC en octobre 1985. En septembre 1986, près d'un an après la présentation de cette demande, une audience a eu lieu à Saint-Jean. En janvier 1987, notre demande, qui avait reçu l'aval du premier ministre du Nouveau-Brunswick et de Radio-Canada, fut approuvée. Comme promis, tous les programmes du réseau de Radio-Canada seront dorénavant diffusés sur THV dans l'ensemble de la province du Nouveau-Brunswick, et des installations indépendantes desserviront le centre de la Nouvelle-Écosse et la plus grande partie du Nouveau-Brunswick. Notre investissement, qui à lui seul atteint maintenant environ 7 millions de dollars, permettra à Radio-Canada et au Nouveau-Brunswick d'avoir le service souhaité sans qu'il leur en coûte un sou de plus, mais il faudra pour cela conclure un accord d'affiliation en bonne et due forme avec Radio-Canada.

[Texte]

It should be made clear to you that for business reasons, we have maintained a very modest amount of time, which we will program on CHSJ Television after the introduction of our independent MITV. There are no restrictions placed on CBC's ability to program in New Brunswick, whatever they wish to program. CHSJ-TV will be more like an owned and operated station than most O-and-Os. We have attached a copy of the agreement between us that will outline clearly for you the nature of this arrangement and the program schedule.

New Brunswick Broadcasting people have been significant contributors to the industry organizations, such as the Canadian Association of Broadcasters and the Atlantic Association of Broadcasters. We are active in community organizations, such as the Saint John Port Development Commission, the Tourism Advisory Commission, the Hospice of Saint John, the Saint John Regional Hospital Board, the Board of Trade, the Rotary Club, the Lions Club, the Red Cross, the National Muscular Dystrophy Association, the Crime Stoppers, and we have been generous.

This year will be the 51st Empty Stocking Fund Program. We originated it on radio and moved it over to television. We have donated time to the Kiwanis for their annual auction, production to the Red Cross Blood Donor Program, and the Hospital Fund Raising Run, donated hours of time and facilities annually for the Children's Hospital Miracle Network Telethon, run thousands of public-service announcements, and provided hundreds of organizations access regularly to our community affairs programs. Our children's programs have won national awards. Our spot news coverage was second in the nation last year and first in Atlantic Canada.

In short, we are awfully good at what we do, says he immodestly. We do it at very high corporate cost, we do it enthusiastically, and we daily work to find the proper balance between running a good broadcast business and serving the communities of which we are a vital part.

We have addressed some of the Caplan-Sauvageau recommendations in our letter to you of July 15. We will be delighted to expand on those comments, should you wish us to do so, in the question period that I understand will follow. I have attached a copy of the letter to the copies of these comments, which have been circulated.

Thank you for the opportunity to be here. I would be delighted to answer whatever questions you have.

[Traduction]

Je tiens à préciser que pour des raisons commerciales, nous nous sommes réservé très peu de temps, que nous utiliserons sur la chaîne de télévision CHSJ après l'entrée en service de notre MITV indépendante. Radio-Canada est absolument libre de présenter tous les programmes qu'elle désire au Nouveau-Brunswick. CHSJ-TV est beaucoup plus une station exploitée par son propriétaire que la plupart des autres stations de base. Nous avons joint à notre mémoire une copie de l'accord qui vous montrera clairement quelle en est la nature et quel est le calendrier des programmes.

New Brunswick Broadcasting a beaucoup contribué aux organisations de notre industrie, notamment à l'Association canadienne des radiodiffuseurs et à celle des radiodiffuseurs de l'Atlantique. Nous jouons un rôle très actif dans les organisations communautaires telles que la Commission d'aménagement du port de Saint-Jean, le Conseil consultatif pour le tourisme, l'Hospice de Saint-Jean, le conseil d'administration de l'Hôpital régional de Saint-Jean, la Chambre de Commerce, le Rotary, le Lions Club, la Croix-Rouge, l'Association canadienne de la dystrophie musculaire, Échec au crime, et nous nous sommes toujours montrés fort généreux.

Cette année marquait le 51^e anniversaire du programme *Empty Stocking Fund*. Nous l'avons lancé à la radio et l'avons ensuite présenté à la télévision. Nous avons offert du temps d'antenne aux Kiwanis pour leur vente aux enchères annuelle, nous avons gratuitement assuré la production du programme de donneurs de sang de la Croix-Rouge; nous nous sommes occupés du *Hospital Fund Raising Run* (course pour la collecte de fonds à l'intention de l'hôpital), et offert chaque année nos installations et des heures d'antenne pour le *Miracle Network Telethon* de l'Hôpital des enfants malades, nous avons présenté des milliers de communiqués d'intérêt public, et nous avons régulièrement permis à des centaines d'organisations d'avoir accès à nos programmes d'affaires communautaires. Nos programmes à l'intention des enfants ont remporté des prix sur la scène nationale. L'an dernier, nos actualités de dernière heure ont obtenu le second prix au Canada, et le premier au Canada atlantique.

En un mot, au risque de manquer de modestie, nous faisons remarquablement bien notre travail. Cela nous coûte très cher, mais nous le faisons avec enthousiasme, et nous nous efforçons quotidiennement de trouver l'équilibre approprié entre l'exploitation d'une bonne entreprise de radiodiffusion et la prestation de services aux collectivités dont nous faisons partie.

Nous avons examiné certaines recommandations du rapport Sauvageau-Caplan dans la lettre du 15 juillet que nous vous avons adressée. Nous serions ravis d'y revenir plus en détail, si vous le désirez, au cours de la période de questions qui doit suivre, je crois. J'ai joint une copie de la lettre aux exemplaires de ces commentaires qui vous ont déjà été remis.

Je vous remercie de nous avoir permis de comparaître devant vous. Je serai ravi de répondre à vos questions.

[Text]

The Chairman: Mr. Clark, I note you have attached to one of your documents the press clipping from the hearing our committee held in Moncton early in June. I am sure in their characteristic understatement our colleagues have described Mr. Donovan's testimony about the deal you have with the CBC as not reflecting on Mr. Donovan but rather on the deal: "this is crazy", that is Ms McDonald; and "absolutely mind-boggling", that is Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: It sounds like me.

The Chairman: Yes, well, it does. I do not know whether it was accurate or not, but it does sound like you. We will ask Ms McDonald to begin the questioning, please.

Ms McDonald: I find it difficult to reconcile the kind of testimony we received in New Brunswick with what we are getting today. I would like to begin with one question. Apropos your brief today, you say on the second page:

The result of this approval will be as promised, full CBC network service through the existing VHF channels to the whole of the Province of New Brunswick and the introduction of independent facilities. . .

• 1030

On the first page of the contract you have enclosed, you refer to

an increase in the volume of CBC network and regional programming to be broadcast by the stations and the provision of additional related services so as to replicate as nearly as economically feasible the level and nature of service that would be provided by a CBC owned and operated station. . .

There may be a large gray area in between there, and what I would like from you is a clear statement as to what the differences are, what programming viewers would not get from your affiliated station that they would get from an owned and operated station.

Mr. K. Clark: An owned-and-operated station, Ms McDonald, programs some of its own time. The CBC station in Halifax runs *Gunsmoke* on Sunday; the station at Calgary does not. There would be some of those things, but you will also see in your package a program schedule outlining the time periods—it is attached to schedule A—we have agreed with the CBC to retain. A couple of those are revenue generating, such as *The Price is Right* at 1 p.m. and a Saturday night movie. However, most are local productions. For instance, why do a local variety program for the province of New Brunswick if most of the province of New Brunswick cannot see it? We have therefore kept that half an hour.

[Translation]

Le président: Monsieur Clark, je constate que vous avez annexé à un de vos documents une coupure de presse sur l'audience de notre Comité au début de juin à Moncton. Je suis certain qu'avec leur sens caractéristique de la litote, les commentaires de nos collègues sur le témoignage de M. Donovan au sujet de votre entente avec Radio-Canada ne visaient pas M. Donovan lui-même mais plutôt cette entente: «c'est absolument idiot», c'est M^{me} McDonald qui parle; et: «c'est absolument ahurissant», c'est M^{me} Finestone qui parle.

Mme Finestone: Cela me ressemble assez.

Le président: En effet. Je ne sais pas si cette remarque était juste ou non, mais c'est assez votre style. Nous allons maintenant demander à M^{me} McDonald de poser la première question.

Mme McDonald: Je trouve difficile de concilier le genre de témoignage que nous avons entendu au Nouveau-Brunswick et celui que nous entendons aujourd'hui. Je vais commencer par la question suivante. Vous dites, à la seconde page de votre mémoire:

Cette autorisation servira à tenir promesses faites, à savoir, un service complet de de Radio-Canada diffusé sur les chaînes FHV existantes dans l'ensemble de la province du Nouveau-Brunswick, et la mise en service d'installations indépendantes. . .

À la première page du contrat ci-joint, vous mentionnez

une augmentation du volume des programmes régionaux et des programmes du réseau de Radio-Canada qui seront diffusés par les stations; vous mentionnez également la prestation de services connexes supplémentaires qui permettront de reproduire aussi fidèlement que cela est financièrement possible, le niveau et la nature des services d'une station appartenant à Radio-Canada et exploitée par elle. . .

Il me semble qu'il y a là une zone grise importante, et j'aimerais que vous m'expliquiez clairement quelles sont les différences, pour les téléspectateurs, entre les programmes offerts par votre station affiliée et ceux qui le seraient par une station appartenant à Radio-Canada et exploitée par elle.

M. K. Clark: Une station de base programme elle-même une partie de son temps d'antenne, M^{me} McDonald. La station de Radio-Canada à Halifax présente *Gunsmoke* le dimanche; la station de Calgary ne le fait pas. Voilà le genre de différence qu'il y aurait, mais vous pourrez également voir dans le calendrier des programmes—il est joint à l'annexe A—les période que nous sommes convenus avec Radio-Canada de conserver. Une ou deux d'entre elles nous permettent de faire des bénéfices, notamment celle qui est réservée à *The Price is Right* à 13h00, et aussi, le film que nous présentons le samedi soir. Cependant, il s'agit la plupart du temps de productions locales. Par exemple, pourquoi diffuser un

[Texte]

To answer your question specifically, there are very few network hours originated by the CBC or regional time originated by the CBC that would not be on CHSJ television. I say to you categorically that CHSJ television in the new configuration will be more like an owned and operated station than most owned-and-operated stations.

Ms McDonald: Okay. Let me ask you very specifically—and we do not have to have the answer right now because it may take time to get precise figures. Of your own programming, that which is not from the network or the region or the CBC, how much is news and public affairs, being produced by yourself? How much outside of that is locally produced and how much is purchased? Of the purchases, how much is Canadian and how much is non-Canadian?

Mr. K. Clark: Yes, you are right in that it would take a little time to accumulate that information. The percentages of those things, aside from that which originates from the CBC, is very small. We keep 11 p.m. for local news production and some of the material in that is CBC material. That is two and a half hours a week. However, far and away the majority of the program schedule originates with the CBC network and there is no restriction on what they might like to program in those periods.

Ms McDonald: Let me ask you, finally, to comment on this. We of course reacted very strongly to what we heard in New Brunswick about the enormous costs to provide what we thought would be less service, less Canadian programming. I wonder how you answer that.

Mr. K. Clark: In this circumstance, Ms McDonald, there is in fact no additional cost to the CBC at all. The existing channels we have built and maintain, and for which we absorb the costs, would be programmed with CBC material, so it would not cost the CBC anything more. In fact—

Ms McDonald: They say that a fully owned and operated CBC station would cost them a lot less.

Mr. K. Clark: It would cost them a lot less than what?

Ms McDonald: Than the affiliation agreement. I mean, that is their claim.

Mr. K. Clark: I am sorry, Ms McDonald, I cannot comment on the logic that led them to that conclusion. We have had an affiliation agreement over many years. They agreed in this document that it was a logical and

[Traduction]

programme de variétés locales pour la province du Nouveau-Brunswick si la plupart des téléspectateurs de la province ne le reçoivent pas; nous avons donc conservé cette demi-heure.

Pour répondre de manière plus précise à votre question, il y a très peu de programmes du réseau de Radio-Canada et très peu de programmes régionaux émanant également de Radio-Canada qui ne soient diffusés également par CHSJ Television. Je soutiens catégoriquement que CHSJ Television ainsi restructurée, sera beaucoup plus proche d'une station de base que la plupart des autres stations du même genre.

Mme McDonald: Bien. Permettez-moi de vous poser une question précise—il n'est pas nécessaire de nous donner immédiatement la réponse car vous devez peut-être faire des recherches. Dans votre programmation, c'est-à-dire ce qui ne vient ni du réseau, ni de la région, ni de Radio-Canada, quelle place faites-vous aux programmes de nouvelles et d'affaires publiques que vous produisez vous-mêmes? En dehors de cela, quelle est la part des productions locales et celle des programmes achetés? Et en ce qui concerne ces derniers, combien sont canadiens et combien ne le sont pas?

M. K. Clark: Vous avez raison; il nous faudra un peu de temps pour rassembler tous ces renseignements. Les pourcentages, en dehors de ce qui nous vient de Radio-Canada, sont très faibles. Nous réservons 23 heures aux nouvelles locales dont certaines nous sont d'ailleurs fournies par Radio-Canada. Cela représente deux heures et demie par semaine. Cependant, la très grande majorité de nos programmes proviennent du réseau de Radio-Canada qui peut présenter tout ce qu'il veut pendant ces périodes.

Mme McDonald: Pour terminer, j'aimerais votre opinion: nous avons, naturellement, réagi très vigoureusement quand on nous a parlé au Nouveau-Brunswick des coûts de production de services et de programmes canadiens qui nous semblaient réduits. Qu'en pensez-vous?

M. K. Clark: Dans ce cas particuliers, madame McDonald, cela n'entraîne en fait aucun coût supplémentaire pour Radio-Canada. Les chaînes que nous avons créées et que nous exploitons, et dont nous absorbons les coûts, présenteront des programmes de Radio-Canada, ce qui fait que cela ne coûtera pas un sou de plus à cette société. En fait. . .

Mme McDonald: On prétend qu'une station exploitée par Radio-Canada et lui appartenant à 100 p. 100 leur coûterait beaucoup moins cher.

M. K. Clark: Beaucoup moins cher que quoi?

Mme McDonald: Que l'affiliation. En tout cas, c'est qu'on dit.

M. K. Clark: Je regrette, madame McDonald, mais je ne me sens pas en mesure de donner un avis sur la logique qui les a conduits à cette conclusion. Il y a des années que nous avons une entente d'affiliation. Dans ce

[Text]

appropriate thing for them to proceed in this fashion. Certainly, to replace the existing facilities would cost them a lot of money, but why replace facilities that already exist when your programming is going to be distributed anyway?

• 1035

My clear understanding of this arrangement, of which I was the author, is that there is only good in it. The independent station that we will run as a twin-stick operation in New Brunswick will generate additional local programming and additional Canadian programming. A lot of the stuff we now will be moved over to the independent, allowing for *The National* and *Midday* programs to be on CHSJ, for instance, among others.

Mrs. Finestone: Mr. Clark, as the designer of this package, I think the citizens of New Brunswick are being served, which is the bottom line. I think with all the bureaucracy and whatever else we have to do, the bottom line is are Canadians receiving Canadian programming of top quality, and where they are not, are they at least getting a fair shake? Earlier in your presentation and when I asked you about the kind of programming when you were wearing another hat here, you outlined a very exciting and creative program list that your station puts together. From that point of view I am pleased.

When we were in New Brunswick for your hearings, it did not seem that CBC was going to be able to have the kind of operation to allow the general population to have access to CBC services. You are enabling access through initiative, which I appreciate. You are also bringing a degree of creativity. Now, from what I hear, you are going to also enable other parts of this country to enjoy your creativity. How much cross-media action is in your twin-sticking operation? As I recall, when I asked you about *Blue Rainbow*, you said you had sold it to Global. Your twin-stick is CTV and CBC. Is that correct?

Mr. K. Clark: No, our twin-stick will be CBC and independent. There is already a CTV service owned and operated by CHUM. They have the three Maritime stations, CKCW out of Moncton, CJCH out of Halifax and CJCB out of Sydney. They operate together as the Atlantic Television Network.

Mrs. Finestone: Is that ATV?

Mr. K. Clark: It is ATV.

Mrs. Finestone: Is ATV strong and healthy in your world?

[Translation]

document. Radio-Canada reconnaît qu'il s'agit d'une démarche logique et appropriée dans son cas. Il est certain que le remplacement des installations existantes lui coûterait très cher, mais pourquoi remplacer des installations existantes si vos programmes sont distribués de toute façon?

Si je comprends bien cette entente, dont je suis d'ailleurs l'auteur, elle n'offre que des avantages. La station indépendante que nous exploiterons en «jumelage» au Nouveau-Brunswick produira des programmes locaux et des programmes canadiens supplémentaires. Cette station reprendra un grand nombre des choses que nous présentons actuellement, ce qui permettra de diffuser *The National* et *Midday* sur CHSJ, par exemple, entre autres.

Mme Finestone: Monsieur Clark, en tant qu'auteur de ces mesures, j'estime que les citoyens du Nouveau-Brunswick sont les bénéficiaires, et c'est ce qui compte. Avec toute cette bureaucratie et tout le reste, ce qui compte, c'est que les Canadiens reçoivent des programmes canadiens de grande qualité; là où ils ne les reçoivent pas, pouvez-vous me dire si on leur en donne au moins la chance? Au début de votre exposé et lorsque je vous ai interrogé sur le genre de programme que vous présentiez quand vous aviez votre autre casquette, vous nous avez dressé la liste des programmes originaux et passionnants montés par votre station. Sur ce point, je suis satisfaite.

Lorsque nous avons assisté à vos audiences au Nouveau-Brunswick, nous n'avions pas eu l'impression que Radio-Canada serait en mesure de s'organiser pour que l'ensemble de la population ait accès à ses services. Cet accès est toujours du domaine du possible grâce à votre initiative, et je m'en réjouis. Vous apportez également à cette entreprise un certain esprit de créativité. Maintenant, d'après ce que j'entends, vous allez également permettre à d'autres régions de ce pays de bénéficier de votre créativité. Combien d'interactions entre les médias y a-t-il dans votre double système? Si je me souviens bien, lorsque je vous ai interrogé à propos de *Blue Rainbow*, vous m'avez dit que vous l'aviez vendu à Global. Vous fonctionnez donc à la fois avec CTV et Radio-Canada, est-ce exact?

M. K. Clark: Non, avec Radio-Canada et des stations indépendantes. Il y a déjà un service de CTV qui appartient à CHUM, qui en assure également l'exploitation. CHUM a les trois stations des Maritimes, CKCW à Moncton, CJCH à Halifax et CJCB à Sydney. L'ensemble constitue l'*Atlantic Television Network*.

Mme Finestone: ATV?

M. K. Clark: Oui.

Mme Finestone: ATV est-il un membre vigoureux de votre industrie?

[Texte]

Mr. K. Clark: Yes, absolutely.

Mrs. Finestone: You are saying you have two private networks and one other—

Mr. K. Clark: There is a third satellite to cable service also operated by CHUM. It is identified as the Atlantic Satellite Network, but it uses a satellite to cable only. Unless you are a cable subscriber you cannot read that service. There is a lot of broadcast activity in the Maritimes. I would venture to say, however, that of the programming produced in New Brunswick, we probably produce 90% to 95%.

Mrs. Finestone: I am glad somebody is producing good programming. I hope the others buy shares and get encouraged, but that does not change the nature of my question. About the independent you are talking about on the twin-stick, are you an independent affiliated with Global in some kind of way?

Mr. K. Clark: No, we are an independent independent. There will be some similarities between what Global does and what we do. The national news, which will appear on what we are calling MITV, Maritime Independent Television, will be the Global national news. There is no penetration of that in the market at all at the moment and we—

Mrs. Finestone: Mr. Clark, for the moment I am a proponent for a look at how we can have three networks across Canada: the CTV network from coast to coast, the Global network and our national network, CBC. Somehow or other the independents will have some kind of linkage. I have the sense that perhaps if we can do something like that we might get the kind of Canadian content, if that is feasible... I have not sat down and talked to my colleagues. I am sure there is another side of the coin which they will bring to my attention given the right time and place.

Is there a degree of relationship in staffing and in the use of your in-house facilities shared in your twin-stick operation, or are they two separate entities?

• 1040

Mr. K. Clark: The twin stick is just now being built, but let me tell you what it will be like. We expect to have it on the air next summer. At the moment we produce, as earlier described and referred to by you, quite a lot, 14.5 hours a week, of local programming. If we are going to program the existing channels with CBC material, then what we now produce must be shown somewhere else. So a lot of that programming will move over to the independent stick of the twin-stick operation.

There are some reasons for retaining some on the local channel. For instance, we continue to maintain, and have for years, a news bureau with two men and a truck and

[Traduction]

M. K. Clark: Absolument.

Mme Finestone: Vous dites donc que vous avez deux réseaux privés et un autre...

M. K. Clark: Il existe également un troisième réseau par satellite du service de câblodiffusion également exploité par CHUM. Il s'appelle le *Atlantic Satellite Network*, mais fonctionne uniquement par satellite et par le câble. A moins d'être abonné, vous n'avez pas accès à ce service. La radiodiffusion est très active dans les Maritimes. Je me hasarderais cependant à dire que nous produisons de 90 à 95 p. 100 des programmes réalisés au Nouveau-Brunswick.

Mme Finestone: Je suis heureuse de savoir que quelqu'un réalise des programmes de qualité, que les autres achèteront des actions et seront encouragés, mais cela ne change rien à la nature de la question. Lorsque vous parlez de la station indépendante de votre double opération, êtes-vous un indépendant affilié, sous une forme ou sous une autre, à Global?

M. K. Clark: Non, nous sommes un indépendant indépendant. Il existe, bien sûr, quelques similarités entre ce que fait Global et ce que nous faisons. Les nouvelles nationales, qui seront présentées par la *Maritime Independent Television* (MITV), seront les nouvelles nationales de Global. Il n'y a, pour le moment aucune pénétration du marché dans ce domaine et nous...

Mme Finestone: Monsieur Clark, pour l'instant je voudrais savoir comment nous pouvons avoir trois réseaux pour l'ensemble du Canada: celui de CTV, d'un océan à l'autre, le réseau de Global et notre réseau national, Radio-Canada. Sous une forme ou sous une autre, certains liens entre les indépendants sont inévitables. J'ai l'impression que si nous pouvions faire quelque chose de ce genre, nous pourrions obtenir le genre de contenu canadien, si c'est possible... Je n'en ai pas encore discuté avec mes collègues. Je suis certaine qu'il y a un revers à la médaille et qu'ils me le montreront en temps et lieu.

Y a-t-il une certaine mise en commun du personnel et des installations de votre entreprise jumelée, ou bien s'agit-il de deux entités distinctes?

M. K. Clark: Ce jumelage est encore en préparation, mais permettez-moi de vous expliquer comment il fonctionnera. Nous espérons commencer à diffuser dès l'été prochain. Pour le moment, nous produisons, comme je l'ai dit tout à l'heure et vous y avez vous-même fait allusion, 14 heures et demie par semaine de programmes locaux, ce qui est assez important. Si nous commençons à présenter des programmes de Radio-Canada sur les chaînes existantes, nos productions actuelles devront être diffusées ailleurs.

Une bonne partie de ces programmes seront donc repris par la branche indépendante de ce système jumelé. Il existe des raisons de conserver certains programmes

[Text]

very high-quality equipment at Bathurst. MITV will not be seen in Bathurst. CHSJ will at the initial go-around.

Mrs. Finestone: But you are going to use the same news?

Mr. K. Clark: So the CBC will produce, as they have since 1979, an early evening newscast on CHSJ. We will produce an early evening newscast on MITV, and we will simulcast the 11 p.m. news on both services, so the work we do in northeast New Brunswick will be capable of being seen by the people in northeast New Brunswick.

The CRTC, in their wisdom—and I agree with their wisdom in this case—asked us to provide for them, within the first six months of the operation of MITV, a plan for its extension through the rest of the Maritimes, which we are delighted to do. But it will be some time before such a plan is developed and executed.

Mrs. Finestone: I hope one of my other colleagues will discuss Telefilm and your experience with Telefilm. All I want to know is from your experience of the owned-and-operated model versus the affiliate model, could you give me a perspective on if there is a significant difference in the quality of the service that can be provided to the population I am concerned about?

Mr. K. Clark: On the local level, I think the answer to that is that there is not a significant difference. On the national level, a CBC network can generate an appropriate amount of dollars to do a national news, complete with satellites and all those things, that the local station could never afford to do. Does that answer your question?

Mrs. Finestone: In a sense. Thank you very much, Mr. Clark.

Mr. Gormley: I want to elaborate a little more on the regional news coverage. First, the coming into force of this agreement, I understand, is September 1, 1988 for the moving to 95%—

Mr. K. Clark: Yes.

Mr. Gormley: —or in effect the full CBC service. Would you explain a little further the present arrangement? For example, is your supertime news package at 6 p.m. produced by CBC?

Mr. K. Clark: It is from 5.30 p.m. to 6.30 p.m. at the moment. The simple answer is yes; it is produced by a staff of 34 people at CBC Fredericton, fed to us by microwave and put on through our station on our transmitters.

Mr. Gormley: So what does your station, in terms of news-gathering staff and editorial staff, have in Saint John now?

[Translation]

pour la chaîne locale. Par exemple, il y a des années que nous avons à Bathurst une petite agence de presse avec deux employés, un camion et du matériel de très grande qualité. Les programmes de MITV ne seront pas présentés à Bathurst. Au départ, ce seront ceux de CHSJ.

Mme Finestone: Et vous allez utiliser les mêmes nouvelles?

M. K. Clark: Radio-Canada présentera donc, comme elle le fait depuis 1979 un bulletin de nouvelles à CHSJ, en début de soirée. Nous présenterons également un bulletin de nouvelles en début de soirée, sur MITV, et nous présenterons simultanément les nouvelles de 23 heures sur les deux chaînes, ce qui permettra aux habitants du nord-est du Nouveau-Brunswick de voir les programmes réalisés par nous dans le nord-est de la province.

Le CRTC, dans sa sagesse—et je suis d'accord avec lui sur ce point—nous a demandé de leur fournir, dans les premiers six mois de fonctionnement de MITV, un plan d'extension au reste des Maritimes, ce que nous serons ravis de faire. Mais il faudra un certain temps avant qu'un tel plan ne soit élaboré et mis en oeuvre.

Mme Finestone: J'espère qu'un de mes autres collègues discutera avec vous de Téléfilm et de l'expérience que vous en avez. Tout ce que je veux savoir c'est si votre expérience des avantages d'une station de base sur une station affiliée, vous permet de me dire qu'il existe une différence sensible de qualité du service?

M. K. Clark: Sur le plan local, je ne pense pas que la différence soit importante. A l'échelon national, un réseau comme celui de Radio-Canada peut générer un revenu suffisant pour présenter des nouvelles nationales, avec satellites et tout le reste à la clé, que la station locale n'aurait jamais les moyens de monter. Cela répond-il à votre question?

Mme Finestone: En un sens. Merci beaucoup, monsieur Clark.

M. Gormley: Je vais examiner un peu plus en détail la question des nouvelles régionales. Si je comprends bien, cette entente entrera en vigueur le 1^{er} septembre 1988 et 95 p. 100. . .

M. K. Clark: Oui.

M. Gormley: . . . ou en fait la totalité des programmes de Radio-Canada seront diffusés. Pouvez-vous m'expliquer un peu mieux l'entente actuelle? Par exemple, vos nouvelles de 18 heures sont-elles préparées par Radio-Canada?

M. K. Clark: Ces nouvelles sont présentées entre 17h30 et 18h30 pour le moment. La réponse est oui; ce programme est réalisé par 34 personnes à la station de Radio-Canada à Frédéricion; il nous parvient ensuite par micro-ondes et notre station retransmet.

M. Gormley: Qui a-t-il donc, actuellement, comme personnel de journalistes et de rédacteurs, à Saint-Jean?

[Texte]

Mr. K. Clark: A full newsroom service, which allocates its resources against the noontime news and the 11 p.m. news at night. In 1979, when we allowed the CBC to occupy that 5.30-to-6.30 time period on our stations, it was in response to a perceived need for that service. Frankly, it had a very deleterious effect on our news people. Their prime news program disappeared. Somebody else is now doing it.

Mr. Gormley: That is my question. Why would you surrender—I am speaking as a journalist—what would be my most-cherished—

Mr. K. Clark: Absolutely.

Mr. Gormley: —and most-watched hour of news?

Mr. K. Clark: To use the vernacular, it ripped the guts out of the newsroom—very uncomfortable. But the perception was that CBC did not have the service in New Brunswick and should have, and so we acceded to the wishes of the corporation and the regulators.

Mr. Gormley: So what will happen after September 1, 1988 to that news block? Will it stay Fredericton fed?

Mr. K. Clark: Yes.

Mr. Gormley: What will happen to your 11 p.m., following *The National*, and your noon package?

Mr. K. Clark: We will produce that. At the moment we do use some material from the early evening news, and we would continue to do that at the 11 p.m. So there will be some CBC content in the 11 p.m. news package we produce.

Mr. Gormley: Would it not make more sense to have your newsroom as the originating anchoring point then? Why Fredericton? Would you not use legislative feeds from Fredericton? Why would it not be anchored and produced in your facilities?

• 1045

Mr. K. Clark: Well, I guess that is a matter of point of view. Saint John has not been the capital of the province of New Brunswick for 110 years, and Fredericton has.

Mr. Gormley: But why should the capital anchor the news program? Politicians are not everything, despite their delusions to the contrary.

Mr. K. Clark: There is an argument to be made, and I have some sympathy for it, that each of the capitals of the country... I guess if you ask the people in British Columbia they will acknowledge that Victoria does not have enough CBC service, even though it is the capital of the province. Certainly the province of New Brunswick has for a long time wanted its own television service. Saint

[Traduction]

M. K. Clark: Nous avons un service de presse complet dont les ressources sont utilisées pour les nouvelles de 12 heures et celles de 23 heures. En 1979, lorsque nous avons autorisé Radio-Canada à utiliser le créneau de 17h30 à 18h30 dans nos stations, nous l'avons fait parce que nous estimions que ce service répondait à un besoin. Franchement, les gens qui s'occupaient de l'actualité chez nous en ont beaucoup souffert. Leur programme d'actualité aux heures de pointe a disparu. Maintenant c'est quelqu'un d'autre qui s'en occupe.

M. Gormley: C'est précisément ma question. Pourquoi renoncer—je parle en journaliste—à mon heure d'écoute la plus précieuse...

M. K. Clark: Absolument.

M. Gormley: ... et la plus suivie?

M. K. Clark: Pour dire les choses crûment, cela a complètement «scié» la salle de presse—la situation est très inconfortable. Mais tout le monde pensait que Radio-Canada n'offrait pas ce service au Nouveau-Brunswick et devait le faire, si bien que nous avons accédé au désir de la Société et des réglementationnaires.

M. Gormley: Que deviendront ces gens-là, après le 1^{er} septembre 1988? Conserverez-vous votre salle de presse à Frédéricton?

M. K. Clark: Oui.

M. Gormley: Et vos nouvelles de 23 heures, après *The National*, et vos actualités de 12 heures?

M. K. Clark: Nous en assurerons la production. Pour le moment, nous utilisons certains éléments des nouvelles du début de soirée, et nous continuerons à le faire aux nouvelles de 23 heures. Celles-ci auront donc un certain contenu issu de Radio-Canada.

M. Gormley: Ne serait-il pas préférable que votre salle de presse demeure le pilote de cette émission? Pourquoi Frédéricton? N'utiliserez-vous pas les nouvelles de la législature en provenance de Fredericton? Pourquoi tout cela ne serait-il pas réalisé au départ dans vos installations?

M. K. Clark: C'est une question de point de vue. Saint Jean n'est pas la capitale du Nouveau-Brunswick depuis 110 ans, contrairement à Frédéricton.

M. Gormley: Mais pourquoi le programme de nouvelles devrait-il émaner de la capitale? En dépit de leurs illusions, les politiciens ne sont pas ce qu'il y a de plus importants au monde.

M. K. Clark: On pourrait soutenir, et je le comprends jusqu'à un certain point, que chacune des capitales du pays... Si vous posez la question aux habitants de la Colombie-Britannique, je suppose qu'ils reconnaîtront que le service de Radio-Canada à Victoria est insuffisant, bien que ce soit la capitale de la province. Il y a longtemps que le Nouveau-Brunswick veut son propre

[Text]

John is the biggest community in the province, but it is not the capital of the province.

So I think what we have here is a happy compromise that does provide the capital of the province of New Brunswick with some CBC service. At the moment, it produces the early evening news and some other events from time to time, like election-night coverage and the opening of the legislature and things like that.

Mr. Gormley: But if I lived in the biggest city in New Brunswick and I turned on the television and saw an anchorperson who did not live in my hometown. . . The first axiom of news marketing is you are to be among and with the people. You are not among and with the people.

Mr. K. Clark: I agree, and that is why we have positioned MITV as the local station. We will not produce an early-evening newscast on MITV that originates in Halifax for New Brunswick. We will produce two newscasts, one in Halifax for Halifax and one in New Brunswick for New Brunswick.

Mr. Gormley: So in terms of the local news blocks, particularly the supper package and the post-national, things will essentially stay the same after the new agreement, on the CBC side.

Mr. K. Clark: Yes, they will.

Mr. Caldwell: I just want to ask you one question. The twin-sticking with Global could prove to be very interesting on a survey basis, because one of the things we have heard on this committee is the great love and desire for Canadians to watch Canadian programming. And I think once you get your Global stick-up with the high content of American programming that Global carries, it might be a good test to see what people want to watch, whether they want to watch your CBC all-Canadian content or a little bit of American programming or the sizable amount of American programming that Global carries. So I think it will be a good test to see how Canadian we want to be.

You said you have sort of an association with Global. There is no marriage; it is just sort of a friendship at the present time, or there is no intention of you becoming a full-fledged member of a Global Network per se.

Mr. K. Clark: No, there is not. We are maritimers operating a Maritimes broadcast service with an obligation to the Maritimes. And while we do have what I think you correctly categorize as a friendship with the people who operate Global, we feel the decisions for the Maritimes should be made in the Maritimes, and there is certainly no ownership involvement in New Brunswick

[Translation]

service de télévision. Saint-Jean est la plus grande ville de la province, mais pas la capitale.

J'estime donc que nous avons ici un heureux compromis qui permet à la capitale du Nouveau-Brunswick d'avoir un service de Radio-Canada. Pour le moment, celui-ci produit les nouvelles de début de soirée et présente, de temps à autre, d'autres événements; il assure par exemple, la couverture de la soirée des élections et l'ouverture de l'assemblée provinciale et autres manifestations du même genre.

M. Gormley: Mais si je vivais dans la plus grande ville du Nouveau-Brunswick et qu'en allumant mon poste de télévision je voyais un présentateur de nouvelles qui vit ailleurs. . . Le premier axiome de marketing, dans le domaine des nouvelles, est qu'il faut être près des gens, chez eux. Ce n'est pas le cas pour vous.

M. K. Clark: D'accord, et c'est la raison pour laquelle nous avons fait de MITV la station locale. Nous ne présenterons pas au Nouveau-Brunswick un programme de nouvelles de début de soirée diffusé par MITV depuis Halifax. Nous en produirons deux, un à Halifax pour Halifax et l'autre au Nouveau-Brunswick pour le Nouveau-Brunswick.

M. Gormley: Donc, en ce qui concerne le temps réservé aux nouvelles locales, en particulier l'émission de l'heure du souper et celle qui suit le National, les choses en resteront à peu près au même point, après le nouvel accord, en ce qui concerne Radio-Canada.

M. K. Clark: Oui.

M. Caldwell: Je n'ai qu'une question. L'exploitation d'un réseau jumelé avec Global pourrait faire l'objet d'une enquête très intéressante, car une des choses que nous avons entendues aux audiences de ce Comité, avant et après, c'est le très grand désir des Canadiens de voir des programmes canadiens. A mon avis, une fois que vous serez jumelé avec Global, avec tout ce que cela implique comme contenu américain important, ce serait une bonne occasion de voir les programmes que les gens veulent suivre, et de voir s'ils préfèrent le contenu totalement canadien de Radio-Canada, un petit assaisonnement de programmes américains, ou la forte proportion de programmes américains diffusés par Global. Ce sera, à mon avis, une bonne façon de voir dans quelle mesure nous voulons rester Canadiens.

Vous avez dit que vous aviez une sorte d'association avec Global. Il ne s'agit pas d'un vrai mariage mais de liens d'amitié pour le moment. Avez-vous cependant l'intention de devenir membre à part entière du réseau de Global?

M. K. Clark: Non. Nous sommes des gens des Maritimes qui exploitent un service de radiodiffusion des Maritimes et nous avons des devoirs envers la région. Et bien que nous soyons, comme vous le dites justement, liés par des liens d'amitié avec les responsables de Global, nous estimons que c'est dans les Maritimes que l'on doit prendre les décisions qui les concernent. Et en dehors de

[Texte]

Broadcasting Company Limited by anybody other than our present shareholders.

Mr. Caldwell: You do not want to get too close to those Upper Canadians just yet, so you will have a little trial run at them first—is that what you are saying?

Mr. K. Clark: We have grown to respect them and also our own right to be maritimers.

The Chairman: Sir Sameul Leonard Tilley lives.

Mr. K. Clark: Indeed.

The Chairman: I noticed Ms McDonald has left the room, so I will ask the question for her. You mentioned you had two men in Bathurst. How many women?

Mr. K. Clark: At the moment none, but I guess correctly our categorization of that should be two people in Bathurst. We do employ a great number of journalists who happen to be of the female persuasion, and it is our policy, our habit, to be blind when it comes to sexual stereotyping. In fact, what we look for is qualified journalists, regardless of their shape or size or colour or...

• 1050

The Chairman: I want to put a question on the record. You may want to respond in writing, although you may be prepared to do it now, Mr. Clark. It relates to the cost of serving the province of New Brunswick with the extent of CBC service you will ultimately be providing when you get everything up and running next year. Do you have any idea whether the cost to the Canadian public of what you will be delivering will be less than what it would have been if the CBC had gone ahead on its own, presuming it had been able to find—

Mr. K. Clark: I think we can answer that in writing, but I also think we can comment now. It depends a little on whose numbers you use. Because we are building a new radio facility and new television facilities, we happen to be working with those numbers at the moment. There is an enormous capital cost to doing this. My understanding of the CBC is that their capital costs would be in the \$10 million to \$12 million range to replace our service. We are building transmitters at Halifax, Moncton, Fredericton, and Saint John, a whole new station at Halifax, and additional facilities in New Brunswick, for about \$7 million. So it depends on how you look at it.

To cover the province of New Brunswick is a very expensive matter. It takes us eight hours to drive from our Mount Champlain transmitter to our Carleton, Quebec transmitter; and we have eight transmitters around the

[Traduction]

nos actionnaires actuels, personne d'autre ne possède d'action de la *New Brunswick Broadcasting Company Limited*.

M. Caldwell: Mais vous ne tenez pas à trop vous rapprocher des ces gens du Haut Canada, et vous allez faire un petit essai pour commencer. . . c'est cela que vous voulez dire?

M. K. Clark: Nous avons appris à les respecter, et aussi à respecter notre droit d'être de vrais habitants des Maritimes.

Le président: Hourra pour Sir Sameul Leonard Tilley.

M. K. Clark: En effet.

Le président: Je vois que M^{me} McDonald a quitté la salle et je poserai donc la question pour elle. Vous avez dit que vous aviez deux hommes à Bathurst. Et combien de femmes?

M. K. Clark: Aucune pour le moment, mais je vous entends bien et j'aurais dû dire que nous avons bien deux personnes à Bathurst. Nous employons effectivement un grand nombre de femmes comme journalistes, et nous avons pour politique, pour habitude, d'être totalement aveugle à tout stéréotype sexuel. En fait, ce que nous recherchons, ce sont des journalistes compétents, quelles que soient leur forme, leur taille, leur couleur ou...

Le président: J'ai une précision à demander. Vous y répondrez peut-être par écrit, ou peut-être tout de suite, monsieur Clark. Combien coûtera, pour le Nouveau-Brunswick, le nouveau service de Radio-Canada lorsque tout sera en place l'an prochain? Pouvez-vous nous dire si le public canadien s'en tirera pour moins cher que si Radio-Canada était allé de l'avant seul, en supposant qu'on ait pu trouver...

M. K. Clark: Je pense que nous pouvons vous répondre par écrit, mais nous pouvons quand même faire un commentaire tout de suite. Cela dépend dans une certaine mesure des chiffres que vous utilisez. Parce que nous sommes en train de nous donner de nouvelles installations pour la radio et la télévision, il se trouve que nous travaillons présentement avec ces chiffres. Cela suppose d'énormes dépenses d'investissement. Sauf erreur, Radio-Canada devra consentir des dépenses d'investissement de l'ordre de 10 à 12 millions de dollars pour remplacer notre service. Nous construisons des émetteurs à Halifax, à Moncton, à Fredericton et à Saint-Jean, toute une nouvelle station à Halifax, et des installations supplémentaires au Nouveau-Brunswick, pour environ 7 millions de dollars. Tout dépend de la façon de voir les choses.

Couvrir toute la province du Nouveau-Brunswick, coûte très cher. Notre émetteur du Mont Champlain est à huit heures de route de notre émetteur de Carleton (Québec); et nous avons huit émetteurs dans la province.

[Text]

province. Our costs to do that are higher than they are in the rest of the country and higher than they are in other broadcast facilities in the Maritimes.

So if that helps colour the answer, it is very costly to operate a broadcast service in the province of New Brunswick. It is 58,000 square miles, after all, and we cover all of it, plus big sections of Prince Edward Island, Cumberland and Colchester Counties in Nova Scotia, the Annapolis Valley of Nova Scotia, and by chance a big bulge in the state of Maine, where we also have some audience.

The Chairman: About operating cost, do you have any numbers on what the savings might be, if any, to the Canadian public?

Mr. K. Clark: Off the top of my head, I do not. I would undertake to provide those for you. I do have those studies of what our costs are, and I guess we could devise a number for you, or perhaps even consult with the CBC on what they perceive their replacement cost might be.

The Chairman: I think we would prefer you confided rather than devised. But we would be happy to get the number. Mr. Clark, thank you very much. We have appreciated what you have given us here today.

Nous entendrons maintenant un représentant de Télé-Métropole, M. Gilles Vinet.

• 1055

M. Gilles Vinet (vice-président aux Affaires juridiques et gouvernementales, Télé-Métropole Inc.): Mesdames et messieurs les membres du Comité, Télé-Métropole est une société de télévision privée qui détient un permis d'exploitation depuis 1961. Télé-Métropole préside aux destinées de la station CFTM-TV dont le rayonnement hertzien couvre le territoire de la région de Montréal et dont une bonne partie de la programmation est retransmise par les stations appartenant au réseau TVA.

Il est important de noter que Télé-Métropole, en plus d'être diffuseur, produit lui-même plus d'une soixantaine d'heures par semaine dans ses studios, avec ses équipement et l'intervention de plus de 780 employés.

Nous nous réjouissons d'abord de ce que le rapport Sauvageau-Caplan établisse sans équivoque que l'univers télévisuel de langue française se distingue de la conjoncture qui prévaut à la télévision de langue anglaise. Les constats du rapport, à cet égard, se résument comme suit:

Dans tous les genres, les émissions canadiennes sont plus écoutées, proportionnellement, que leurs concurrentes étrangères.

Dans la mesure où le rapport Sauvageau-Caplan veut permettre, par ses recommandations, de soutenir des efforts spécifiques qui garantissent le développement original de la culture télévisuelle canadienne-française, nous ne pouvons que l'appuyer. La télévision de langue française, et plus particulièrement la télévision privée, a

[Translation]

Cela nous coûte plus cher qu'ailleurs au pays et que les autres installations de radiodiffusion des Maritimes.

Donc, précisons que l'exploitation d'un service de radiodiffusion au Nouveau-Brunswick est très coûteuse. En somme, cela nous oblige à couvrir la totalité des 58,000 milles carrés, sans compter de grands secteurs de l'Île-du-Prince-Édouard, des comtés de Cumberland et de Colchester en Nouvelle-Écosse, la vallée de l'Annapolis en Nouvelle-Écosse, et pour des raisons géographiques, un gros morceau de l'État du Maine où nous avons également un auditoire.

Le président: À propos des coûts d'exploitation, avez-vous des chiffres sur ce que pourraient représenter les économies, le cas échéant, pour le public canadien?

M. K. Clark: A brûle-pourpoint, comme cela, non. Mais je vous les fournirai. J'ai des études sur nos coûts; je pourrais, bien sûr, vous inventer un chiffre maintenant, voire consulter Radio-Canada sur ce que serait, selon elle, son coût de remplacement.

Le président: Nous préférierions la consultation à l'invention. Mais nous serions heureux de connaître le chiffre. Monsieur Clark, merci beaucoup. Nous vous savons gré de votre témoignage.

We shall now hear a representative of Télé-Métropole, Mr. Gilles Vinet.

Mr. Gilles Vinet (Vice-President, Legal and Government Affairs, Télé-Métropole Inc.): Ladies and Gentlemen, Members of the Committee, Télé-Métropole is a private television outlet that has held an operating permit since 1961. Télé-Métropole is responsible for station CFTM-TV which broadcasts to the Montreal region and has a considerable amount of its programming rebroadcast by stations belonging to the TVA network.

It is important to note that, in addition to being a broadcaster, Télé-Métropole produces more than 60 hours of programming a week in its studios, using its own equipment and involving over 780 employees.

We are delighted that the Caplan-Sauvageau Report establishes unequivocally that French and English television are distinct entities. In this regard, the report's findings may be summarized as follows:

In all program categories Canadian programs have a proportionally higher number of viewers than their foreign competitors.

Insofar as the recommendations of the Caplan-Sauvageau Report supports specific efforts guaranteeing original development of the French—Canadian televisual culture, we can only support it. French-language television, and more specifically private television, has developed a strong original personality that has enabled

[Texte]

su développer une personnalité originale forte qui a permis aux Canadiens français de trouver un lieu d'identité qui l'emporte certainement en influence sur la présence subtile et permanente des émissions étrangères, notamment américaines.

En ce sens, nous nous réjouissons de ce que le rapport préconise une reconnaissance du caractère distinct de la radio-télévision francophone en soi. Nous apprécions tout particulièrement, à cet effet, les efforts créateurs engendrés par le très sérieux rapport fédéral-provincial intitulé *L'avenir de la télévision francophone*, qui a mené à la signature de l'Entente de concertation et d'harmonisation Canada-Québec sur le développement du système de la télévision francophone. Grâce à cette entente, les autorités fédérales et provinciales ont identifié les problèmes pratiques particuliers à la télévision francophone et ont décidé d'instituer des rapports interactifs avec l'industrie afin de favoriser son développement au cours des prochaines années. Voilà, à notre avis, au-delà des lois et des réglementations, une mesure productive qui assure que l'on prenne en charge les données qui sont propres à maintenir la vigueur du secteur francophone de la télévision canadienne.

Par ailleurs, le rapport met adéquatement en exergue l'un des plus importants défis que connaît et continuera de connaître la télévision de langue française, soit ce qu'il est convenu d'appeler les transferts d'écoute vers les émissions de langue anglaise. Avec justesse, le rapport relate que ce transfert d'écoute a atteint son point culminant en 1983, alors qu'à l'occasion d'un conflit de travail à Télé-Métropole, la part d'écoute de la télévision anglaise par les francophones a atteint 26.3 p. 100. La situation s'est depuis régularisée puisque les transferts ne représentaient plus que 18.6 p. 100 en 1985 et 15.7 p. 100 en 1986.

Le rapport conclut que «le redressement est réel mais fragile». Il note en effet:

• 1100

Les téléspectateurs francophones regardent aussi la télévision américaine, comparent ce qu'ils voient et recherchent de plus en plus les émissions qui utilisent des techniques de production modernes, donc qui coûtent plus cher.

Ce diagnostic, nous sommes obligés de le partager! Pour maintenir la qualité de ses standards, Télé-Métropole doit, malgré la stagnation des revenus publicitaires et les effets de la fragmentation de notre marché, continuer d'accroître ses investissements de production et d'acquisitions pour soutenir l'intérêt des téléspectateurs francophones.

Or, il n'est pas inutile de rappeler qu'un marché de 5,000,000 de parlant français au Québec n'a qu'une capacité proportionnelle à soutenir un type idéal de télévision locale et régionale.

Puis-je en effet vous souligner que le miracle au Canada français c'est peut-être précisément, malgré un

[Traduction]

French Canadians to find in it an identity which has certainly mitigated against the subtle and ongoing presence of foreign programming, especially American.

In this regard, we rejoice that the report advocates recognition of the distinct nature of francophone radio broadcasting in itself. We particularly appreciate the creative efforts engendered by the very important federal—provincial report entitled: *The Future of French-Language Broadcasting*, which led to the signing of the Canada—Quebec agreement on development of the French-language television system. With this agreement, the federal and provincial authorities identified practical problems specific to French-language television, and decided to set in place interactive ties with the industry to foster its development over the coming years. This was, in our opinion, beyond legislation and regulation, a productive measure guaranteeing that the appropriate information would be used to maintain the vigor of the French-language sector of Canadian television.

Moreover, the report underlines one of the most important challenges to be met by French-language television, namely cross-over tuning toward English-language broadcasting. The report accurately portrays the combination of viewer transfer in 1983, when during a labour dispute at Télé-Métropole, 26.3% of francophones were watching English television. Since that time, the situation has levelled off; in 1985, this proportion was only 18.6%, and in 1986, 15.7%.

The report concludes that "The recovery is real, but brittle". It notes:

French-speaking viewers also watch American television and are able to compare it to the other programs they watch. They, too, want productions that use the most modern techniques and therefore have the highest budgets.

We concur! To maintain the quality of its standards, despite the stagnation of advertising revenues and the effects of our market fragmentation, Télé-Métropole must continue to increase its production and acquisition investments to maintain the interest of French-speaking viewers.

It may be useful to recall that a market of 5 million francophones in Quebec has only a proportional ability to support an ideal kind of local and regional television.

I would emphasize that the miracle in French Canada may be precisely that, despite a number of unfavourable

[Text]

certain nombre de conditions défavorables dans un environnement socio-culturel et géographique contraignant, que la télévision canadienne-française, publique et privée, soit parvenue à se hisser au premier rang dans l'estime de notre population.

Dans ce contexte, nous comprenons mal l'insistance que met le rapport Sauvageau-Caplan à recommander que soit adopté un règlement obligeant les télédiffuseurs privés à un minimum de 45 p. 100 de contenu canadien pour les émissions diffusées en soirée, soit entre 19h00 et 23h00.

Pour l'année financière achevée le 31 août 1987, Télé-Métropole diffusait, la journée durant, 61 p. 100 de contenu canadien et, entre 18h00 et minuit, près de 60 p. 100. Selon nos prévisions actuelles, nous estimons qu'au cours de l'année financière 1987-1988, nous diffuserons hebdomadairement 69 heures de productions locales, ce qui équivaldra à un peu plus de 63 p. 100 de contenu canadien pendant la journée et à près de 70 p. 100 en soirée.

Pour demeurer concurrentiels et retenir les francophones à nos émissions malgré l'attrait des émissions anglo-américaines, nous devons absolument disposer d'une marge de manoeuvre qui nous permette de bien cibler nos auditoires et de programmer en conséquence. Le rapport Sauvageau-Caplan reconnaît lui-même que la capacité de Télé-Métropole à récupérer les francophones devenus assidus aux émissions de langue anglaise, a tenu à son aptitude à bien doser les émissions originales canadiennes et les émissions d'origine étrangère. Sa conclusion est claire:

Le recul des transferts d'écoute chez les francophones montréalais lui est donc en grande partie attribuable.

Ce commentaire s'adressait à Télé-Métropole.

Dans le même ordre d'idées, nous sommes quelque peu inquiets du raisonnement et de la recommandation visant à amener les autorités de tutelle à mieux définir ce que doit être une émission de qualité. Jusqu'à ce jour, le rôle des autorités publiques a surtout été d'encourager la qualité de la production canadienne par voie de stimulants au contenu canadien ou encore par des rappels à l'ordre lorsque des écarts pouvaient être identifiés chez les radiodiffuseurs. Nous pensons qu'il faut résister à toute tentative de qualifier abstraitement et de façon discrétionnaire ce que doit être la qualité des émissions. Bien sûr, il faut que notre collectivité favorise de plus en plus l'émergence de forums critiques à l'endroit de ce qui est diffusé: nous ne pourrions tous qu'en bénéficier. Mais qu'on laisse aux créateurs le soin de créer.

Dans son chapitre 17 consacré à la télévision privée, le rapport conclut notamment que les stations et les réseaux privés de télévision devraient être tenus de consacrer une proportion plus importante de leurs ressources au financement des émissions canadiennes.

• 1105

Pour sa part, Télé-Métropole a investi, au seul chapitre de la production d'émissions canadiennes, pour l'année

[Translation]

conditions in a restrictive sociocultural and geographical environment, French-Canadian public and private television has managed to pull itself up into the front ranks in public esteem.

In this context, we do not understand the Caplan-Sauvageau report recommendation that a regulation be adopted holding private broadcasters to a minimum of 45% Canadian content for evening programs between 7.00 p.m. and 11.00 p.m.

For the fiscal year ending August 31, 1987, Télé-Métropole broadcast 61% Canadian content during the day and, between 6.00 p.m. and midnight, nearly 60%. Our current provisions indicate that during fiscal 1987-1988, we will broadcast 69 hours of local productions on a weekly basis, the equivalent of slightly more than 63% Canadian content during the day and nearly 70% in the evening.

To remain competitive and retain francophone interest in our programming despite the attraction of Anglo-American broadcasting, we must have a margin for maneuvering that will enable us to target our audiences and program accordingly. The Caplan-Sauvageau Report itself recognizes Télé-Métropole's ability to attract francophones who have become regular viewers of English-language programs through a judicious blend of original Canadian and foreign programming. Its conclusion is clear:

The decline in crossover viewing among francophone Montrealers is therefore largely attributable to it.

This comment was addressed to Télé-Métropole.

We are also somewhat concerned about the reasoning behind the recommendation that the competent authorities define more clearly what quality programming is. Until now, the rule of public authorities has been primarily to encourage the equality of Canadian production by stimulating Canadian content or calling broadcasters back into line when deviations could be identified. In our opinion, any attempt to define quality broadcasting abstractly and in discretionary fashion must be resisted. Of course, we must, as a community, increasingly foster the emergence of forums criticizing what is broadcast; all of us can only benefit from this. But the act of creation must be left to creators.

In its chapter 17 on private television, the report concludes more particularly that private television stations and networks should be required to devote larger portions of their resources to financing Canadian programs.

For its part, Télé-Métropole invested nearly \$42 million on production of Canadian broadcasting alone for

[Texte]

financière 1986-1987, près de 42 millions de dollars, soit 61 p. 100 de ses recettes publicitaires nettes. Pour l'année en cours, Télé-Métropole prévoit investir, au même chapitre, environ 48 millions de dollars, un accroissement de près de 15 p. 100.

Ces investissements en productions canadiennes qui résultent des engagements propres à notre entreprise et des interventions du CRTC, constituent le résultat de diverses interactions où ne peut que prédominer l'intérêt du public.

Compte tenu de la décision arrêtée du CRTC exprimée dans un avis public du 28 avril 1984 selon lequel le Conseil se réserve déjà clairement le droit d'intervenir dans le processus des conditions financières exigées des requérants, et compte tenu de l'état actuel du marché publicitaire chez nous, nous estimons que tout alourdissement des mécanismes imposés aux diffuseurs privés risquerait très certainement de mettre en cause leur stabilité financière.

Considérant le plafonnement des revenus publicitaires, les objectifs commerciaux accrus des sociétés Radio-Canada et Radio-Québec, l'avènement du nouveau concurrent privé francophone sur le territoire de Montréal et le déploiement des canaux spécialisés qui point à l'horizon, force nous est de conclure que la télévision privée de langue française devra, au cours des prochaines années, affronter de sérieux défis.

Sait-on, par exemple, qu'en l'espace d'une seule année, pour le territoire de Montréal, en heures de pointe, l'inventaire des disponibilités publicitaires s'est accru de 75 p. 100?

Toute la question est de savoir si nous disposerons des revenus publicitaires nécessaires pour soutenir un développement de programmation canadienne qui maintienne la priorité de la télévision française dans la volonté de syntonisation des parlant français du Québec.

Dans un contexte transitoire, où il y aura nécessairement un rajustement du positionnement de chacune des chaînes, nous croyons qu'un accroissement des obligations des radiodiffuseurs privés, particulièrement Télé-Métropole, présenterait des dangers réels.

Pour sa part, Télé-Métropole traversera cette difficile période financière grâce à l'accroissement de sa productivité, à la diversification de ses sources de revenus et au développement de son centre de production et de son plan d'expansion internationale.

Nous espérons que les autorités publiques encourageront nos efforts et que les succès de la programmation canadienne se poursuivront.

Merci. Je suis à votre disposition.

Le président: Merci, monsieur Vinet. Madame Finestone.

Mme Finestone: Monsieur Vinet, je fais partie des anglophones qui regardent Télé-Métropole. Je connais

[Traduction]

fiscal year 1986-87, 61% of its net advertising revenues. This year, Télé-Métropole plans to invest approximately \$48 million in the same area, an increase of nearly 15%.

These investments in Canadian productions, which are the consequence of our own corporate commitments and CRTC interventions, are the result of various interactions where the public interest can only predominate.

Given the CRTC decision expressed in a public notice dated April 28, 1984, in which the Commission clearly reserves the right to intervene in the applicant's financing process, and given the current status of our advertising market, it is our opinion that any strengthening of the mechanisms imposed on private broadcasters would very certainly threaten their financial stability.

In view of the ceiling on advertising revenues, the increased commercial objectives of CBC and Radio-Québec, the advent of new private francophone competitors in the Montreal region and the appearance of special channels on the horizon, we must conclude that over the coming years, private French-language television will have to meet serious challenges.

Did you know, for example, that in the space of a single year, for the Montreal region, in peak hours, the advertising availability inventory has increased by 75%?

The whole issue is whether we will have the necessary advertising revenues to support Canadian programming development that maintains francophone Quebecers' desire to tune in French television.

In a changing context, with each network jockeying for position, we believe that increased pressure on private broadcasters, particularly Télé-Métropole, would present real dangers.

For its part, Télé-Métropole will live through this difficult financial period because of increased productivity, diversification of income sources and development of its production centre and international expansion plans.

We hope that public authorities will encourage our efforts and that the successes of Canadian programming will continue.

Thank you. I am at your disposal.

The Chairman: Thank you, Mr. Vinet. Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: Mr. Vinet, I am one of the anglophones who watch Télé-Métropole. I am fairly

[Text]

assez bien le contenu de votre programmation et je l'apprécie beaucoup.

J'aimerais aborder avec vous quelques détails de votre exposé. Vous dites que vous appuyez la position du Groupe Sauvageau-Caplan à l'égard des particularités des secteurs anglais et français de télévision. Comme vous le savez, notre Comité a étudié le rapport Sauvageau-Caplan et émis ses propres recommandations. La recommandation 65 se lit comme suit:

• 1110

La loi devrait comporter une disposition en vertu de laquelle le CRTC tiendrait compte des particularités de la radiodiffusion en français et de la radiodiffusion en anglais dans la mise en oeuvre de la politique de la radiodiffusion.

Êtes-vous d'accord sur cela?

M. Vinet: Je suis très heureux de l'entendre dire de façon aussi explicite. Nous avons vécu différentes expériences au cours des dernières années. Je pense qu'il se dessine un consensus au sein de l'industrie, à savoir qu'il y a lieu, au plan politique et au plan administratif, de faire la distinction entre ces deux secteurs. Le fait que votre Comité a appuyé cette notion me semble être la base de développements progressifs pour notre secteur industriel.

Mme Finestone: On continue en disant:

Dans le choix des membres du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, le gouvernement devrait tenir compte de la représentation des hommes et des femmes et des deux langues officielles dans la population ainsi que des régions et des groupes du Canada.

Cela veut dire que le CRTC, lors de ses audiences, devrait être composé de gens reflétant les diverses parties du Canada. Quand il est à l'écoute d'un groupe francophone, il ne devrait pas oublier que le secteur francophone a ses particularités partout au Canada et en tenir compte. Ce qu'on fait du côté anglais ne devrait pas nécessairement être le reflet de l'autre côté de la médaille. Cela devrait plutôt être une autre médaille, si on peut dire.

M. Vinet: Je pense que dans le passé, la composition du Conseil a généralement assez bien reflété l'ensemble de cette diversité qui est assez complexe. Mais, encore une fois, votre Comité cautionne de façon officielle cette préoccupation, et les membres de l'industrie au Canada français s'en réjouiront très certainement.

Mme Finestone: En ce qui concerne les cotes d'écoute, vous dites que vous avez perdu une partie de votre cote d'écoute au profit des stations anglophones, mais que vous l'avez récupérée par la suite. En ce qui concerne le pourcentage de Montréalais francophones regardant la télévision anglaise, le rapport Sauvageau-Caplan donne les chiffres suivants: en 1976, 14 p. 100; en 1978, 17 p. 100; 20 p. 100 en 1981; 22 p. 100 en 1982; 26 p. 100 en 1983,

[Translation]

familiar with the content of your programming and I greatly appreciate it.

I should like to go over a few details of your brief with you. You say you support the Caplan-Sauvageau group's position on the specifics of the English and French sectors of television. As you know, our Committee has studied the Caplan-Sauvageau Report and made its own recommendations. Recommendation 65 reads as follows:

The law should include a provision that the CRTC take into account the specific characteristics of broadcasting in French and in English when working out broadcasting policy.

Do you agree?

Mr. Vinet: I am very pleased to hear it expressed so explicitly. We have had different experiences over the past few years. I think there is a consensus in the industry that there are political and administrative grounds for drawing a distinction between these two sectors. The fact that your committee supported this idea appears promising for the progress and development of our industrial sector.

Mrs. Finestone: The recommendation continues:

In choosing members of the Canadian Radio and Telecommunications Commission, the government should take into account representation of men, women and both official languages as well as of the country's regions and ethnic groups.

This means that at its hearings, the CRTC should be made up of people reflecting the diverse parts of Canada. When hearing a francophone group, the commission should not forget that the francophone sector has its particular characteristics everywhere in Canada and should take this into account. What is done on the English-speaking side should not necessarily reflect the other side of the coin. It should be another coin, if you will.

Mr. Vinet: I think that in the past, the composition of the commission generally reflected this complexity fairly well. But, once again, your committee is expressing official concern about this matter, which will certainly please industry members in French Canada.

Mrs. Finestone: As regards audience share, you say you lost part of your audience to English-language stations, but then got it back again. As regards the percentage of francophone Montrealers watching English television, the Caplan-Sauvageau report gives the following figures: in 1976, 14%; in 1978, 17%; 20% in 1981; 22% in 1982; 26% in 1983, the highest percentage; then back down to 19% in 1984; 18% in 1985; and 15% in 1986.

[Texte]

soit le pourcentage le plus élevé; de là, on descend à 19 p. 100 en 1984; à 18 p. 100 en 1985; et à 15 p. 100 en 1986.

Comment se fait-il qu'on était à 15 p. 100 à l'automne 1986 et à l'hiver 1987 et qu'on soit remonté à 18 p. 100 au printemps 1987? Est-ce un petit *blip*, cette augmentation de 3 p. 100, ou si *Dallas* et *Dynasty* sont devenus tellement emballants qu'on a décidé de ne pas attendre la traduction française? À quoi cette augmentation est-elle attribuable?

M. Vinet: Je vous mentirais en vous disant qu'il y a une réponse unique et simple à ce léger rebondissement qu'on espère momentané. Je voudrais reprendre les propos du rapport Sauvageau-Caplan à cet égard. Les auteurs tendent à indiquer que, depuis 1983, grâce à un certain nombre de facteurs, il y a eu une prise de conscience particulière au Canada français. Donc, il y a eu des ajustements qui ont diminué la part d'écoute anglophone par les francophones.

• 1115

Mais le rapport dit bien que, selon l'ensemble des critères qu'il peut évaluer, ce recul de l'écoute anglophone chez les francophones demeure hésitant, demeure quelque chose de fragile. En voici la preuve. Vous avez nommé un facteur, soit l'intérêt qu'on pourrait porter à certaines émissions américaines. Le fait qu'un certain nombre de francophones veuille voir immédiatement ce qui se passe à ces émissions pourrait, dans une certaine mesure, constituer le début de la réponse.

Mme Finestone: Le bilinguisme est la caractéristique fondamentale que l'on souhaite pour tout le Canada. Que l'on diffuse dans les deux langues *coast to coast*, cela fait mon affaire. Donc, je ne trouve pas ce *blip* si horrible. Cela démontre peut-être qu'on devient de plus en plus bilingue, mais si la culture mère demeure le français, eh bien, tant mieux.

Télé-Métropole est sur satellite, n'est-ce pas?

M. Vinet: Le sens de nos opérations est sur micro-ondes. Mais, pour la diffusion de nos émissions vers les régions éloignées, nous sommes effectivement sur Cancom.

Mme Finestone: Je vous fais une proposition que je fais partout lors de nos tournées. J'ai rencontré les francophones hors Québec à plusieurs reprises, dans plusieurs villes. J'ai même été invitée à leur congrès en Saskatchewan. J'ai entendu des questions de fond posées dans un français impeccable, et j'ai entendu un cri d'alarme: ils n'ont pas suffisamment accès aux émissions françaises. Ils me disent qu'il y a un taux élevé et grandissant de jeunes qui suivent des cours dans des écoles d'immersion. La population devient de plus en plus bilingue et ils veulent avoir votre programmation. Cependant, il n'y a pas beaucoup de *takers*, comme on dit en anglais. Les câblodistributeurs ne se sentent pas dans l'obligation de distribuer les émissions, parce que les chiffres ne le justifient pas. Comment peut-on vendre

[Traduction]

How is it that the 15% in the fall of 1986 and winter of 1987 went back up again to 18% in spring 1987? Is this a little blip, this 3% increase, or were people so wrapped in *Dallas* and in *Dynasty* that they decided not to wait for the French translation? What is the reason for this increase?

Mr. Vinet: I would be lying if I told you that there is a single simple answer to this slight rebound, which we hope is momentary. I would refer you to the Caplan-Sauvageau report in this regard. The authors tend to indicate that, since 1983, due to a number of factors, there has been a particular consciousness-raising in French Canada. So francophone audiences for English television have decreased.

But the report is right to point out that, judging by the standards it can assess, this recovery is still hesitant and brittle. Here is proof of it. You mentioned one factor, possible interest in certain American programs. The fact that some francophones want to see what is happening on these programs immediately could, to a certain extent, be the beginning of a response.

Mrs. Finestone: Bilingualism is the basic characteristic one would like to see throughout the country. Broadcasting in both languages *coast to coast* would be what I would like to see. So I do not find this blip so horrible. It may demonstrate that we are becoming more and more bilingual, but if the mother culture is still French, well, so much the better.

Télé-Métropole is on satellite is it not?

Mr. Vinet: We operate on microwave. But we are actually on Cancom for broadcasting to remote regions.

Mrs. Finestone: I will make you a proposal that I make everywhere on our tours. I have met francophones outside Quebec many times, in many places. I have even been invited to their convention in Saskatchewan. I have heard searching questions in impeccable French, and I have heard a cry of alarm: They do not have sufficient access to French programs. They tell me there are many young people in immersion courses, and their ranks are swelling. The population is becoming increasingly bilingual, and they want your programming. However, there are not many takers. Cable distributors do not feel the need to distribute programs, because the figures do not justify them. How can one sell this valuable programming, which is such a fine reflection of what we have as Canadians, and which would help francophones

[Text]

cette programmation si valable, qui est un très bon reflet de ce que nous sommes en tant que Canadiens, et qui aiderait les francophones hors Québec à demeurer français dans leur âme et dans leur cœur et ferait la promotion de cette culture pour ceux et celles qui sont en train de devenir bilingues? Comment pouvez-vous favoriser la distribution d'émissions françaises par le biais des câblodistributeurs?

M. Vinet: C'est une question troublante, en effet. Tout d'abord, il est évident que si notre programmation est peu accessible dans ces territoires-là, c'est en raison des coûts. Déjà, via Cancom, nous avons au moins une première réponse quant à la faisabilité. Enfin, il existait théoriquement un système qui pouvait rendre nos émissions disponibles.

Mme Finestone: Si je comprends bien, il faut à peu près 1 million de dollars par année pour acheter un transpondeur.

M. Vinet: Oui.

Mme Finestone: Si votre investissement ne vous rapporte pas de profits, allez-vous laisser cela là-bas si personne ne l'achète? Quels sont vos profits sur votre investissement avec Cancom?

M. Vinet: Pour l'instant, nos arrangements avec Cancom sont assez particuliers. Vous savez que pour répondre à ce problème socio-culturel spécial, Télé-Métropole a rendu accessibles à Cancom sans frais les émissions sur lesquelles il détient des droits. Il s'agit d'un autre problème important. Cancom peut donc prendre les émissions et les acheminer là où une demande est formulée.

• 1120

C'est l'état des choses actuellement.

Mme Finestone: Ce n'est pas à la charge de votre budget.

M. Vinet: Non. Donc, l'entente est assez claire avec Cancom. Cependant, selon l'évolution d'un autre dossier important actuellement au Canada français, il se pourrait que nous ayons une autre réponse qui saurait satisfaire les minorités culturelles francophones de l'Ouest et de l'Est du pays: l'émergence éventuelle du service TV-5.

Une demande a été formulée, cet été, auprès du CRTC, afin d'obtenir une licence d'exploitation de TV-5. Je ne veux présumer de rien. Le conseil émettra une décision sur le sujet au cours du mois prochain ou du mois qui vient.

Si le conseil admettait et reconnaissait l'existence éventuelle du service TV-5, et si d'autres négociations aboutissent, nous pourrions transmettre par satellites. Nous pourrions envoyer ces émissions selon de nouvelles modalités sur l'ensemble du territoire canadien, jusqu'en Colombie-Britannique.

[Translation]

outside Quebec remain French in their heart and soul and promote the culture for those who are becoming bilingual? How can you promote distribution of French programs through cable distributors?

Mr. Vinet: That is a disturbing question. First, it is obvious that if our programming is inaccessible in those areas, it is because of cost. Already, via Cancom, we had at least a first response as to feasibility. Finally, a system theoretically existed to make our programs available.

Mrs. Finestone: I believe a transponder costs about \$1 million a year.

Mr. Vinet: Yes.

Mrs. Finestone: If your investment is not profitable, are you going to leave it there if no one buys it? What are your returns on investment with Cancom?

Mr. Vinet: For the moment, our arrangements with Cancom are quite specific. You know that to respond to this special socio-cultural problem, Télé-Métropole made the programs to which it held the rights available to Cancom free of charge. That is another important problem. Cancom can therefore take the programs and direct them wherever they are wanted.

That is the situation at the present time.

Mrs. Finestone: It is not a budget expense for you.

Mr. Vinet: No. The agreement with Cancom is quite clear. However, depending on what happens with TV-5, which is another important issue in French Canada at the present time, we may have another solution that would satisfy francophone minorities in eastern and western Canada.

Application was made to the CRTC this summer for an operating licence for TV-5. I do not want to count my chickens, though. The commission will be issuing its decision in the next month.

If the CRTC were to grant TV-5 an operating licence, and if other negotiations were successful, we could transmit our programming by satellite. Under new arrangements, we could send these programs to all parts of Canada, right to British Columbia.

[Texte]

C'est une nouvelle solution.

Mme Finestone: Une clarification, s'il vous plaît. Cancom utilise Anik-C et Télé-Métropole utilise Anik-D.

M. Vinet: Non.

Mme Finestone: TV-5 utilisera Anik-D?

M. Vinet: Exactement.

Mme Finestone: Mais, allez-vous inclure le service de Télé-Métropole dans le service de TV-5?

M. Vinet: Théoriquement, madame, deux services francophones seront disponibles aux francophones ou aux francophiles à travers le Canada. Le service Cancom, à ma connaissance, continuera d'être offert à l'ensemble du pays. Ce dont je vous parle actuellement c'est qu'un autre service français serait offert aux Canadiens. Et ce service TV-5 comprendrait d'une part, des émissions européennes, et d'autre part, des émissions canadiennes.

Mme Finestone: Monsieur Vinet, mes collègues rigolent toujours quand je parle de *nuts and bolts*. Mais, si le service de CBC est sur Anik-D et l'autre sur Anik-C, il faudra deux antennes paraboliques.

M. Vinet: Oui. Je devance un peu l'état de la négociation en cours actuellement.

Mme Finestone: Vous avez laissé tomber une phrase qui a attiré mon attention, à la page 3. C'est pourquoi j'ai été amenée à vous poser ces questions.

Télé-Métropole continue de s'impliquer activement dans les activités engendrées par cette entente de concertation et d'organisation. . .

Si vous continuez de vous impliquer avec TV-5, vous demeurez sur Anik-C avec Cancom; si vous êtes d'accord que les deux secteurs ont leur particularité, je crois important que vous restiez impliqués activement.

M. Vinet: Madame, pour cette phrase, comme pour d'autres phrases dans le document, c'était pour tenter de rester à l'intérieur des impératifs de temps qui nous sont donnés.

Mme Finestone: Je suis contente que vous l'ayez précisé.

M. Vinet: Cette phrase demeure tout à fait vivante. Je veux vous dire que c'est bel et bien l'ensemble de la programmation de Télé-Métropole sur Cancom qui est disponible.

[Traduction]

That is a new solution to the problem.

Mrs. Finestone: One clarification, please. If I understand correctly, Cancom uses Anik-C, and Télé-Métropole uses Anik-D.

Mr. Vinet: No.

Mrs. Finestone: TV-5 will use Anik-D?

Mr. Vinet: That is correct.

Mrs. Finestone: But are you going to incorporate Télé-Métropole into the TV-5 service?

Mr. Vinet: In theory, Mrs. Finestone, two French-language services will be available to francophones and francophiles throughout Canada. As far as I know, Cancom will continue to be available throughout the country. What I am talking about is another French-language service for Canadians. TV-5 would consist of both European and Canadian programs.

Mrs. Finestone: Mr. Vinet, my committee colleagues always laugh when I talk about nuts and bolts. However, if CBC is on Anik-D and the other on Anik-C, people will have to have two dishes.

Mr. Vinet: Yes. I am getting a little ahead of the negotiations that are underway at the moment.

Mrs. Finestone: You said something that attracted my attention on page 3. That remark led me to ask you these questions.

Télé-Métropole is still actively involved in the activities arising out of this agreement regarding co-operation and organization. . .

If you continue to be involved with TV-5, you will stay on Anik-C with Cancom. If you agree that the two sectors have their unique features, I think it is important that you remain actively involved.

Mr. Vinet: This comment, like others in our brief, can be explained as part of our efforts to comply with the time constraints.

Mrs. Finestone: I am pleased that you clarified this point.

Mr. Vinet: The comment still stands. But I mean that all of Télé-Métropole on Cancom is available.

• 1125

Peut-être connaissez-vous certains éléments de TV-5; il est le résultat de l'action de huit partenaires: Radio-Canada, TVOntario, Radio-Québec, l'Office national du film, COGECO, les producteurs indépendants, Quatre-Saisons et Télé-Métropole. C'est un *joint ventures* comme en Europe. Maintenant, il existe aussi au Canada et, éventuellement, aux États-Unis. Il offrira un ensemble d'émissions à la fois européennes et canadiennes-

You may know something about TV-5 already. It is the product of the concerted efforts of eight partners: *Radio-Canada*, TVOntario, Radio-Québec, the National Film Board, COGECO, independent producers, Quatre-Saisons and Télé-Métropole. It is a joint venture of the type they have in Europe. If the application is accepted, it would exist in Canada as well, and could eventually be available in the United States. It will offer both European and

[Text]

françaises sur tout le territoire canadien. Donc, ce sont deux services distincts.

Mme Finestone: Alors, nous n'aurons plus besoin de Télé-Canada?

M. Vinet: Nous nous sommes impliqués profondément dans le service TV-5. Nous sommes convaincus que le service TV-5 apporte une particularité complètement nouvelle. Nous ne croyons pas qu'un Télé-Canada puisse vivre en parallèle avec un TV-5. Nous avons choisi TV-5.

Mme Finestone: Merci.

M. Caldwell: Je vous souhaite la bienvenue, monsieur.

I am not going to ask you too many questions, but there are a couple. I want to just clarify some of the things Mrs. Finestone was referring to.

In your statement regarding the recovery, you said the recovery regarding people's shift back to French language television versus English language is real but fragile. Then you said "However, people will seek out more programs with modern techniques". It is the latter I would like you to explain to us. What do you mean by modern techniques?

M. Vinet: Je vais vous faire état d'une préoccupation très actuelle sur le sujet: l'audience de cet été du CRTC. Selon les résultats qui émaneront de cette audience, il est probable qu'un certain nombre de nouveaux services spécialisés via la câblodistribution seront offerts dans la région de Montréal. L'inquiétude, pour nous francophones, vient du fait que les nouveaux services seront offerts à la fois en langue anglaise et en langue française. Dans la région de Toronto ou de Vancouver, par exemple, l'addition de nouveaux services se fera en langue anglaise. Chez nous, il y aura fort probablement un dédoublement des services offerts. Il y aurait donc non seulement trois services nouveaux de langue française, mais il pourrait y avoir un, deux ou trois services de langue anglaise qui seraient offerts en même temps.

Donc, il y a actuellement dédoublement et multiplication des services par le biais des nouvelles technologies, comme le câble. C'est la première préoccupation qu'on puisse avoir. En même temps, on ajoute de nouveaux services sur notre territoire. Je pense à une nouvelle télévision privée de langue française qui s'est installée. En l'espace de très peu de temps, vous avez au Canada français et dans la région de Montréal, qui est notre territoire premier, une multiplication de services offerts. Il y a en même temps, de la part de Radio-Canada français et de Radio-Québec, des volontés nouvelles d'aller chercher une part accrue du marché publicitaire, à cause de leurs difficultés de financement.

De sorte que, comme je l'ai dit dans mon document, non seulement les nouvelles technologies nous amènent rapidement de nouveaux services qui fragmentent l'auditoire, qui mettent des services anglophones attrayants à la disposition des Canadiens français, mais en

[Translation]

French-Canadian programming throughout Canada. So there are two distinct services.

Mrs. Finestone: So we will not need TVCanada anymore?

Mr. Vinet: We are very heavily involved with TV-5. We are convinced that TV-5 will offer a completely new service. We do not think that a TVCanada service could co-exist with TV-5. We opted for TV-5.

Mrs. Finestone: Thank you.

Mr. Caldwell: I would like to welcome you to our hearings, sir.

Je n'ai que quelques questions à vous poser, je tiens à préciser certains points soulevés par M^{me} Finestone.

Dans votre déclaration, vous avez dit que les gens ont graduellement recommencé à regarder la télévision française plutôt qu'anglaise. C'est une tendance réelle mais fragile. Vous avez ensuite dit que les gens vont quand même rechercher les émissions faisant appel aux techniques modernes. C'est la dernière remarque que je ne comprends pas exactement. Que voulez-vous dire par «techniques modernes»?

Mr. Vinet: I am going to tell you about a very timely concern of ours in this regard—the CRTC hearing that was held this summer. Depending on the Commission's findings, it is likely that a number of new specialized services will be available on cable in the Montreal area. Our concern, as francophones, is that the new services will be offered both in English and in French. Whereas in Toronto or Vancouver, the new services would be offered in English only. In Quebec, there will probably be some overlapping of the services. As a result, there would be not only three new French-language services, but there could be one, two or three services in English offered at the same time.

In other words, new technologies, such as cable, mean that there is a duplication of services at the present time. That is our first concern. At the same time, new services are being set up in Quebec. I am thinking of a new private French-language television station that has begun operations. In a very short time, in French Canada and in the Montreal area, which is where most of our audience is located, there has been a considerable increase in the number of services available. At the same time, *Radio-Canada* and *Radio-Québec* are turning increasingly to the advertising market, because of their financial problems.

The result is, as I said in my text, that new technologies are rapidly giving rise to new services, which fragment our audience, and offer attractive English-language services to French Canadians. In addition, in the space of one year, there has been increased competition for

[Texte]

même temps vous avez une demande publicitaire accrue en l'espace d'une année. L'inventaire publicitaire francophone en *prime time*, à Montréal, s'est accru de 75 p. 100. Nous sommes donc davantage dans un marché plus favorable aux demandeurs qu'aux offrants.

• 1130

Mr. Caldwell: Mr. Vinet, I am not sure you understood what I was getting at. Maybe that is what you meant when you said that you must use modern techniques. I took it a different way, that people want to see the glitz, the glamour, the Hollywood of *Dynastys* and *Dallas* and that unless Canadians, whether it be English or French, go to that kind of production, that kind of programming—that is what the consumer seems to want—we cannot succeed. That is what I was getting at. Now do you agree that this is the area we have to go toward?

M. Vinet: Je ne sais pas quels commentaires ont été faits par les autres intervenants des télévisions francophones, mais il y a un point majeur qui demeure. Les Canadiens français aiment les émissions fabriquées pour eux, par leur télévision locale. C'est là notre gros point d'ancrage: l'intérêt des Canadiens français pour leurs propres émissions. Si vous évaluez financièrement cet impact, nos émissions francophones fabriquées par nous se vendent bien.

Mais, vous avez raison, il y a sur nos télévisions francophones beaucoup de *Dynastie*, beaucoup de *Dallas*, beaucoup de ces grandes et mini-séries américaines par lesquelles, de façon évidente, nos auditoires sont attirés. Et si on regarde le palmarès des 10 ou des 30 meilleures émissions à chaque sondage, vous y retrouverez une bonne proportion d'émissions américaines de première qualité, du type de celles que vous avez énoncées et qui sont parmi les émissions favorites. C'est peut-être le commentaire que vous vouliez entendre.

Il est évident que les Canadiens français, habitués de plus en plus par la câblodistribution à ces émissions américaines, attendent des fabricants de télévision canadiens-français des émissions comparables. C'est un défi complètement nouveau avec lequel nous devons vivre.

Mr. Caldwell: Yes, and I certainly appreciate that challenge. I guess what I am trying to do, Mr. Vinet, is assure myself before we leave Montreal and Quebec that French-language production done in the province of Quebec is popular, will stand on its own, and is not being threatened. We have gotten to the point now in English Canada where it is very, very difficult to compete with the American programming. I guess that is really what I am trying to get at.

I tend to believe that the types of things being done here are holding an audience, whether it be through loyalty to the language or loyalty to the people. Loyalty only goes so far when the person has a little switch at home. This is the problem. People will always say they

[Traduction]

advertising. There has been a 75% increase in the French-language advertising available in prime time in Montreal. Consequently, it is a buyer's market.

M. Caldwell: Monsieur Vinet, je ne suis pas sûr que vous ayez compris le sens de ma question. C'est peut-être bien ce que vous avez voulu dire, lorsque vous avez parlé de techniques modernes. J'ai compris cela autrement, j'ai compris par là que les gens veulent l'éclat d'Hollywood, des émissions comme *Dynasty* et *Dallas*, et que nous sommes voués à l'échec à moins que les Canadiens, qu'ils soient anglais ou français, commencent à offrir ce genre d'émissions, paraissant intéresser le consommateur. C'est là où je voulais en venir. Êtes-vous d'accord pour dire qu'il faut commencer à offrir ce genre d'émissions?

Mr. Vinet: I do not know what you have heard from other representatives of French-language television, but one fact remains unchanged: French Canadians like programs that are made for them, by their local television station. That is our fundamental guiding principle: French Canadians are interested in their own programs. If you want to look at the financial impact, I can tell you that our French-language programs made by Quebecers sell well.

Nevertheless, you are right in saying that there are a lot of programs like *Dynasty* and *Dallas*, and major American productions and mini-series, which do indeed attract an audience among French speakers. If we look at the 10 or 30 top-rated programs, you will find that there is a substantial proportion of high-quality American programs of the type you mentioned near at the top of the list. Perhaps that is the comment you wanted to hear.

There is no doubt that since French Canadians are increasingly accustomed to these American programs because of cable, they expect French-Canadian producers to come up with comparable programs. That is a completely new challenge for us.

M. Caldwell: Oui, et je comprends certainement l'envergure du défi. Ce que j'essaie de faire, monsieur Vinet, c'est de m'assurer avant de quitter Montréal et le Québec que la production en langue française faite au Québec est populaire, et n'est pas menacée. Au Canada anglais, il est devenu extrêmement difficile de faire concurrence aux émissions américaines. Je pense que c'est à ça que je veux en venir.

J'ai tendance à croire que les émissions qui sont faites au Québec gardent leur auditoire, qu'il s'agisse d'une loyauté à la langue ou à la population. Mais la loyauté ne va pas très loin lorsque le téléspectateur prend en main sa télécommande. C'est ça le problème. Les gens vont

[Text]

really like a program. They never watch it, but it is nice to have it on there. We hear that all the time about programs. People say that a certain program is a good program but that they are watching *Dallas* at the same time.

We also have to look at the reality that you cannot produce *Dallas* on a weekly basis. You have to move ahead to what the audiences like. I guess it is a matter of how you go about allocating the moneys to do that. There is not enough money in Canada to do a *Dallas* a week.

M. Vinet: Encore une fois, vous touchez notre grande inquiétude présente. Si on examine les investissements de programmation canadienne des trois dernières années et les projections que nous faisons pour l'année en cours et l'année prochaine, le rythme commence à nous inquiéter. Les Canadiens français nous assurent encore de leur loyauté sur l'ensemble de notre programmation, mais ils n'élaboreront pas philosophiquement et culturellement sur les différences financières impliquées entre une population de 5 millions d'habitants et une autre de 240 millions. Ils s'attendent, en dehors de ces considérations, que leur télévision soit comparable à la télévision américaine. Là où pendant un certain nombre d'années on a pu maintenir un rythme de dépenses en production canadienne avec un niveau de croissance acceptable, nous vous disons actuellement qu'il y a une inflation dans nos coûts par rapport à nos habitudes antérieures, tout simplement parce que le niveau d'attente est très élevé.

• 1135

M. Caldwell: Merci beaucoup.

The Vice-Chairman: I have a few brief questions to ask you, Mr. Vinet. Regarding news and public affairs particularly, in the capacity of Télé-Métropole as the flagship station with TVA, it is my understanding that the big network newscast is at 11 p.m.

Mr. Vinet: Yes.

The Vice-Chairman: First of all on the domestic news coverage, where is that newscast produced, who do the reporters work for, where is the general production of the network-wide newscast?

M. Vinet: En vertu d'une entente contractuelle qui existe entre le réseau TVA et Télé-Métropole, ce dernier est le centre de production du bulletin de nouvelles de 23 heures. Donc, l'ensemble de l'appareil de production et de conception des nouvelles de 23 heures est à Télé-Métropole; cependant, chacun des affiliés au réseau établit une relation avec Télé-Métropole de Montréal pour nourrir le bulletin de 23 heures avec des particularités, des nouvelles importantes qui émanent de chacune des régions. Mais le centre de conception, d'organisation et de production est vraiment Montréal, avec une nourriture de nouvelles en provenance de l'ensemble des participants au réseau TVA.

[Translation]

toujours vous dire qu'ils aiment beaucoup telle ou telle émission. Le fait est qu'ils ne la regardent jamais, mais qu'ils aiment bien l'avoir. C'est ce qu'on nous dit constamment au sujet des émissions. Les gens prétendent qu'une émission donnée est bonne, mais ils choisissent plutôt de regarder *Dallas*.

Il faut également admettre qu'on ne peut pas réaliser une émission comme *Dallas* chaque semaine. Il faut aller au-devant des désirs de l'auditoire. Il s'agit de savoir comment affecter les fonds à la production. Nous n'avons pas le financement nécessaire au Canada pour réaliser une émission comme *Dallas* chaque semaine.

Mr. Vinet: Once again, you have touched on our major concern at the present time. The level of investment in Canadian programming for the past three years and the projections for this year and next are beginning to disturb us. French Canadians are still telling us that they are loyal to our programming as a whole, but they do not go into philosophical and cultural discussions about the financial implications of serving a population of 5 million and one of 240 million. Unconcerned with any such considerations, our audience simply expects its television to be comparable to American television. For a number of years, we were able to maintain an acceptable growth rate in our expenditures on Canadian programming, but we can tell you that our costs have now increased significantly, simply because our audience's expectations are very high.

Mr. Caldwell: Thank you very much.

Le vice-président: J'ai quelques petites questions à vous poser, monsieur Vinet. Elles portent surtout sur les nouvelles et les affaires publiques. C'est Télé-Métropole qui est la station la plus importante du réseau TVA, et je crois savoir que le bulletin de nouvelles le plus important est à 23 heures.

M. Vinet: Oui.

Le vice-président: Pour ce qui est des nouvelles nationales, j'aimerais savoir où le bulletin est préparé, pour qui travaillent les journalistes? Où fait-on la production du bulletin de nouvelles du réseau?

Mr. Vinet: A contractual arrangement between TVA and Télé-Métropole provides that the latter is the production centre for the 11 p.m. newscast. All the production facilities for the 11 p.m. newscast are at Télé-Métropole. However, each of the network's affiliates has an arrangement with Télé-Métropole in Montreal to supply important regional news items for the 11 p.m. newscast. However, Montreal is really the place where the newscast is designed, organized and produced, though it does get material from all the TVA affiliates.

[Texte]

The Vice-Chairman: So the contributing stations, in a sense, or the stations that belong to TVA are contributing stories, are feeding them in for this newscast, which then originates in the studios of Télé-Métropole for the network.

M. Vinet: Exact.

The Vice-Chairman: Do all of the network stations on TVA carry that same newscast at 11 p.m.?

M. Vinet: Oui.

The Vice-Chairman: In terms of reporters who would be employed then, not in the individual stations but for the TVA network, in the sense I am thinking similarly with CTV, for example, which does have certain national reporters. Does this same thing work with TVA, that there are some reporters in the employ of TVA who in addition to the member stations, these reporters go out on assignment around the province or around the country?

M. Vinet: La réponse est non. Le réseau TVA n'embauche aucun journaliste. TVA donne des contrats ou donne, plus particulièrement, un contrat de production à Télé-Métropole qui organise la structure de production. Mais, il n'y a pas de journalistes qui appartiennent au réseau TVA. TVA a un vice-président chargé des nouvelles et affaires publiques; il coordonne l'ensemble de l'activité des nouvelles pour le réseau. Mais, TVA n'embauche aucun journaliste.

The Vice-Chairman: So when the tornado hits Edmonton, how does the French-language news consumer watching a TVA affiliate hear accurate, timely, concise coverage?

M. Vinet: Nous sommes abonnés à un certain nombre d'agences de nouvelles. Fréquemment, des arrangements ont lieu avec des réseaux comme CTV, Global ou même Radio-Canada pour reprendre ces informations et pouvoir les traiter à TVA. L'inverse est aussi vrai; on viendra chercher des nouvelles à TVA pour les réseaux anglophones, de manière à couvrir leur territoire.

• 1140

The Vice-Chairman: What about the voice-over, or the actual...? I am thinking you could take the CTV feed or the Global feed or one of these feeds. You have the video. How do I, as a French-language consumer, hear first of all the French audio, but more importantly, the French audio from a reporter who might have been there?

M. Vinet: Il est évident que nous n'utilisons que très rarement un journaliste anglophone *on camera* qui fait le reportage. Nous nous servons de la nouvelle visuelle qui nous est offerte par le contributeur anglophone et, d'autre part, nous nous inspirons du texte écrit par le journaliste anglophone. À ce moment-là, le *voice-over* sera en français et adapté à nos besoins à nous.

The Vice-Chairman: About international coverage, I presume then there are no international reporters

[Traduction]

Le vice-président: Autrement dit, les participants au réseau TVA contribuent des nouvelles à ce bulletin de nouvelles, qui est réalisé dans les studios de Télé-Métropole pour diffusion au réseau dans son ensemble.

Mr. Vinet: That is correct.

Le vice-président: Est-ce que toutes les stations membres du TVA présentent le même bulletin de nouvelles à 23 heures?

Mr. Vinet: Yes.

Le vice-président: Si je comprends bien, les journalistes travaillent pour le réseau TVA, et pas pour les stations individuelles. Est-ce exact? Je fais la comparaison avec le réseau CTV, par exemple, qui a un certain nombre de journalistes qui travaillent pour le réseau national. Le réseau TVA a-t-il également un certain nombre de journalistes qui font des reportages de différents endroits de la province ou du pays?

Mr. Vinet: No. TVA does not employ any reporters. It gives out contracts. Or more specifically, it gives Télé-Métropole a production contract. However, the TVA network has no staff reporters. TVA has a Vice-President Responsible for News and Public Affairs who coordinates all the network news activities. But TVA does not hire any reporters.

Le vice-président: Donc, au moment de la tornade à Edmonton, comment le téléspectateur francophone qui regarde une station affiliée de TVA reçoit-il des reportages précis, opportuns et concis?

Mr. Vinet: We do subscribe to a number of news agencies. We frequently make arrangements with networks such as CTV, Global, or even Radio-Canada/CBC to get the news and rebroadcast it on TVA. The opposite also happens. Sometimes the English-language networks get news from TVA in order to provide coverage in particular areas.

Le vice-président: Et qu'en est-il du signal audio ou du...? Vous pourriez prendre l'image de CTV ou de Global ou de quelque chose du genre. Vous avez le signal vidéo. Alors moi, le consommateur francophone, comment fais-je pour capter l'audio français, mais plus important encore, le signal audio français d'un journaliste francophone qui pourrait s'y trouver?

Mr. Vinet: It is quite clear that we only very rarely use English-speaking reporters on camera to do the reporting. We use the video part that is fed to us by the English-speaking contributor and we also take our inspiration from the text written by the English-speaking reporter. At that point the voice-over will be in French and adapted to our needs.

Le vice-président: Et pour les nouvelles internationales, je présume qu'il n'y a pas de journalistes internationaux

[Text]

working for TVA. Again, there are affiliation agreements with the various networks. Do you have an affiliation agreement with any of the French networks, as certain English countries do with the BBC, for example, so again, as a francophone news consumer, you can at least hear and see news such that a francophone reporter stood there, observed, and then reported?

M. Vinet: D'abord, nous sommes abonnés à *This News*, une agence que vous connaissez sans doute, qui nous fournit à la fois les nouvelles illustrées et les contenus oraux de nouvelles.

Nous avons aussi la possibilité, lorsque se présentent certains problèmes, de faire appel à des journalistes qui sont sur place et avec lesquels nous avons des arrangements contractuels. Ce ne sont donc pas des journalistes qui appartiennent à Télé-Métropole ou à d'autres sociétés du réseau. Ensuite, nous avons un abonnement à une agence américaine qui nous permet aussi d'aller chercher des nouvelles même en Europe.

Nos intentions sont celles-ci. Au moment de la demande de transfert de contrôle de Télé-Métropole, Télé-Métropole a pris l'engagement de devenir membre de l'UER, c'est-à-dire de l'Union européenne de radiodiffusion, qui, parmi ses importantes fonctions, crée des *pools* d'informations, des *pools* d'images.

Le vice-président: En français?

M. Vinet: Dans différentes langues, mais évidemment adaptées en français pour les besoins de la cause.

Deuxièmement, vous savez peut-être que Télé-Métropole vient d'acquérir une participation à une télévision française qui s'appelle la cinquième chaîne. Là aussi, nous sommes en train d'élaborer des mécanismes qui, un jour, pourraient nous amener à faire des échanges de correspondants, de part et d'autre. Ainsi, grâce à notre participation financière à la cinquième chaîne, nous pourrions un jour générer des échanges d'informations beaucoup plus rapides et d'une qualité mieux adaptée à nos besoins.

The Vice-Chairman: I think it is extremely important, particularly with international coverage—and I presume this is what you are leading to with this relationship with France—that there be the ability for the francophone news consumer not only hopefully to hear news from a Canadian perspective, which unfortunately does not exist, but at least to hear news from a francophone perspective. I think you would agree that is important.

M. Vinet: Tout à fait. C'est encore une fois une question de coûts, mais maintenant, il y a l'intérêt accru des francophones pour la nouvelle internationale. Il faut répondre à ce besoin-là. Maintenant, notre expansion internationale nous permet d'envisager des solutions qui étaient très difficiles auparavant. Rencontrer ces obligations fait partie des objectifs à moyen terme.

[Translation]

qui travaillent pour TVA. Encore une fois, il y a des accords différents avec les divers réseaux. Avez-vous un accord avec certains des réseaux français, un peu comme certains pays anglophones en ont avec la BBC, par exemple, et ainsi, comme consommateur de nouvelles francophones, vous pouvez au moins voir et entendre des nouvelles rapportées par un journaliste francophone qui s'y trouvait, a fait ses observations et ensuite dressé un rapport?

Mr. Vinet: First of all, we are subscribers to *This News* which is an agency that you know about, no doubt; they provide both the video and audio signals for the news.

When we are faced with certain problems, we can also call upon reporters on the spot with whom we have contracts. These reporters belong neither to *Télé-Métropole* nor even to other network companies. Then we have a subscription to an American agency that we can use to get news even from Europe.

So here are our intentions. When control transfer was asked for for *Télé-Métropole*, *Télé-Métropole* committed itself to becoming a member of the UER, the *Union européenne de radiodiffusion* that, amongst other important things, sets up information and video pools.

The Vice-Chairman: In French?

Mr. Vinet: In different languages, but they are adapted, of course, in French for our needs.

Secondly, you may know that *Télé-Métropole* has just bought equity in a French television broadcaster called the *Cinquième chaîne*. Once again, we are setting up mechanisms which, some day, may lead to our exchanging correspondents. So, thanks to our equity position in the *Cinquième chaîne*, one day we will be able to generate exchanges of information far more rapidly, and they will be far better suited to our needs.

Le vice-président: Je crois que c'est extrêmement important, surtout au niveau des nouvelles internationales—et je présume que c'est à cela que conduira cette relation avec la France—que le client francophone puisse idéalement non seulement entendre parler de l'actualité d'un point de vue canadien, ce qui malheureusement n'existe pas, mais au moins qu'il puisse y avoir accès à partir d'une perspective francophone. Je crois que vous serez d'accord pour dire avec moi que c'est important.

Mr. Vinet: Indeed. Once again, it's a question of costs, but on top of this Francophones are showing a greater concern for international news. And that need must be dealt with. With our new international expansion, we may envisage solutions which were previously difficult. And meeting such obligations is part of our middle term objectives.

[Texte]

Le vice-président: Merci. Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Vinet, lorsqu'on parle des productions françaises réalisées par Télé-Métropole, on précise qu'elles sont appréciées par les francophones et qu'elles ont une bonne cote d'écoute. Si on compare ces cotes d'écoute à celles de *Dynasty* et de *Dallas*, sont-elles nettement moins élevées ou si, au contraire, elles sont sensiblement les mêmes?

• 1145

M. Vinet: Ce sont des cotes d'écoute qui se comparent. On peut dire qu'habituellement, parce qu'il ne s'agit pas de prendre un sondage isolé... Par exemple, si on regardait les sondages des dix dernières années et qu'on examinait le rendement des 10, 20 ou 30 meilleures émissions, on s'apercevrait que les émissions fabriquées par nous, donc canadiennes, sont les émissions qui occupent le plus grand nombre d'heures d'écoute.

Pour vous situer, je vais vous donner les résultats d'un récent sondage BBM fait à la grandeur de la province. *Dynasty* avait 1,654,000 téléspectateurs, alors que *Chop Suey*, une de nos productions, venait en deuxième avec 1,615,000 téléspectateurs. Ensuite, *l'Empire Colby*, qui est également américain, a 1,583,000, alors que *Épopée Rock*, qui est produit par nous, a 1,517,000.

Comme vous le voyez, on est dans des ordres de grandeur tout à fait comparables.

M. Blackburn (Jonquière): Pouvez-vous nous donner certaines comparaisons entre le coût d'une production de Télé-Métropole, le coût d'une production analogue de Radio-Canada et le coût d'une production analogue par les indépendants? Quelle est la différence entre les trois?

M. Vinet: Je dois vous dire que vous entrez là au coeur de stratégies délicates. Chaque diffuseur est un peu jaloux de ses façons de fonctionner. Je parlerai de choses qui sont d'ordre public à cet égard-là.

Nos téléromans, donc les véhicules les plus susceptibles d'attirer l'auditoire canadien-français—vous avez été témoin de la force de nos téléromans au cours des années—sont des productions qui, actuellement... Il est toujours difficile d'établir le coût exact, avec les frais directs et indirects, parce que tout dépendra de facteurs évolutifs. Est-ce que l'émission reste en ondes une année ou cinq ans? Il est évident que si elle est amortie sur cinq ans, elle va nous coûter moins cher que si elle est diffusée pendant une période d'une année.

Un téléroman moyen à Télé-Métropole, donc une demi-heure de production, nous coûte de 28,000\$ à 40,000\$.

En ce qui concerne Radio-Canada, vous me demandez de faire des spéculations qui ne m'amèneront pas beaucoup d'amis. Nous avons toutes les raisons de croire qu'un même téléroman à Radio-Canada coûte plus cher. Je m'abstiendrai de vous donner des chiffres.

[Traduction]

The Vice-Chairman: Thank you. Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Vinet, when we are talking about the French productions by Télé-Métropole, we insist that these are appreciated by Francophones and watched by many of them. If you compare those ratings with those of *Dynasty* and *Dallas*, are they a lot lower or are they roughly the same?

Mr. Vinet: The ratings are comparable. We could say that usually, because we are not taking isolated polls... For example, if we were to look at the ratings over the last 10 years and look at the best 10, 20 or 30 programs, we could see that the programs we did, the Canadian ones, are the programs that have the greatest number of hours.

To give you an idea, I will give you the results of a recent BBM poll that was done across the province. *Dynasty* was watched by 1,654,000 people while *Chop Suey*, one of our productions, was second with an audience of 1,615,000. Then you had the *L'Empire Colby*, which is also an American production, with 1,583,000, while *Épopée Rock*, one of our own productions, follows with 1,517,000.

As you can see, it is quite comparable.

Mr. Blackburn (Jonquière): Could you make a few comparisons between the cost of production at Télé-Métropole, the cost of a similar production for Radio-Canada and the cost of a similar production for an independent company? How different are they?

Mr. Vinet: I have to say that you are broaching a delicate subject there. Every broadcaster is jealous of his secrets. So I will simply give you what is in the public domain on that.

Our soap operas, and they are the vehicles that are most apt to attract the French-Canadian audience, you have seen how strong our soaps have been over the years, are productions that, presently... It is always hard to establish any kind of exact cost, what with direct and indirect costs, because it all depends on things that are always changing. Is the program going to be broadcast over one year or five? Of course, if you amortize the cost over five years, it is going to be less costly than if it is broadcast for a year only.

Your average soap at Télé-Métropole, i.e. one half-hour's worth of production, costs between \$28,000 and \$40,000.

As for Radio-Canada, you are asking me to get into the kind of speculations that will not make me very many friends. We have reason to believe that the same soap costs more over at Radio-Canada. I will abstain from giving you figures.

[Text]

Quant à l'avènement des producteurs indépendants, c'est une donnée complètement nouvelle pour nous. L'avènement des producteurs indépendants fait intervenir un tout nouveau joueur sur nos ondes, Téléfilm Canada. Aujourd'hui, il y a de l'argent qui vient de l'extérieur. Autrefois, Télé-Métropole assumait l'ensemble des coûts de production et tout était clair. Maintenant, quand un indépendant fait une de nos émissions, il y a un budget accru. Nous n'avons pas encore beaucoup d'expérience à ce niveau car nous avons toujours produit nos propres émissions. La tendance actuelle à faire appel à des indépendants est complètement nouvelle. Donc, nos observations sont beaucoup trop superficielles pour que je puisse vous donner une réponse claire. Mais, selon toute vraisemblance, une émission coproduite avec un producteur indépendant coûtera plus cher qu'une émission produite *in house*. Chez nous, on a des frais fixes et on utilise les mêmes personnes à l'intérieur de structures de production simplifiées, dans un de nos dix studios. C'est une machine qu'on contrôle parfaitement. Avec les producteurs indépendants, le grand avantage, c'est que vous faites appel à des idées nouvelles, à des gens qui vont amener une nouvelle façon de faire les choses, ce qui suscite l'intérêt. Mais notre première conclusion, c'est que cela coûte plus cher.

• 1150

Evidemment ces coûts-là ne sont absolument pas comparables aux coûts des productions américaines qui sont de l'ordre de 800,000\$ à 1 million de dollars l'heure. C'est pour cela que je parlais d'un quasi-miracle au Canada français. S'il y a une émission américaine qui a coûté 1 million de dollars et une émission de Télé-Métropole qui a coûté bien moins cher, l'émission de Télé-Métropole risque, la plupart du temps, d'aller chercher un taux d'auditoire plus élevé.

M. Blackburn (Jonquière): On prend les émissions américaines et on les double en français. Est-ce qu'il y a des émissions produites à Télé-Métropole qui sont doublées en anglais et vendues aux autres stations?

M. Vinet: La réponse est non. Il n'y a pas de nos émissions qui sont doublées, sinon de très fragmentaires expériences qui ne peuvent pas entrer dans le registre que vous évoquez.

C'est vraiment une opération qui nous intéresse. Compte tenu de la stagnation des revenus publicitaires qui est très marquée actuellement au Canada français, et compte tenu de l'accroissement des coûts de production des émissions, il nous faut trouver des solutions nouvelles qui vont nous permettre de survivre. Parmi ces solutions, il y a l'exportation de nos émissions et l'exploitation de ces émissions au Canada anglais. Est-ce qu'on ne peut pas fabriquer des émissions qui pourraient avoir de l'intérêt pour le Canada anglais? Nous le croyons. Téléfilm Canada a un fonds spécial de doublage. Voici un stimulant qui va probablement nous permettre d'offrir à bon compte—parce que c'est cela le problème—des émissions canadiennes françaises à des stations anglophones.

[Translation]

As for independent producers, that is something totally new for us. Independent producers mean that there is a whole new player on the field, and that is Téléfilm Canada. Today, you have money coming from the outside. Back when, Télé-Métropole absorbed all the costs of production and everything was clear. Today, when you have an independent producer doing one of our programs, there is an increased budget. We still do not have a lot of experience at that level because we have always produced our own shows. The present trend of calling upon independent producers is totally new. So our experience is far too superficial there for me to be able to give you a clear answer. But it would seem safe to say that any program co-produced with an independent will cost more than any in-house production. We have certain fixed costs and we use the same people, within simplified production structures, in one of our 10 studios. We control that process perfectly. With independent producers, the great advantage is that you have new ideas on tap and people who do things in a different way, and that raises interest. But our first conclusion is that it is going to cost more.

Of course those costs are not totally comparable to the cost of American productions, which is something like \$800,000 to \$1 million an hour. That is I was talking about a near-miracle in French Canada. If you have an American program that cost \$1 million and a Télé-Métropole program costing a lot less, most of the time, Télé-Métropole's broadcast is going to draw a bigger audience.

Mr. Blackburn (Jonquière): So we take American programs and dub them in to French. Are there programs produced by Télé-Métropole that are dubbed in to English and sold to other stations?

Mr. Vinet: The answer is no. None of our programs are dubbed except for very fragmentary experiments that have nothing to do with what you have just raised.

The idea does interest us, though. Because of the stagnation of advertising revenue, which is really bad right now in French Canada, and the increased cost of producing these broadcasts, we have to find new solutions that will allow us to survive. One of those solutions could be exporting our programs and broadcasting them across English Canada. Can we not produce programs that might be of interest for English Canada? We believe so. Telefilm Canada has a special fund for dubbing. That is a stimulus that will probably allow us to offer inexpensive, because there is the rub, French-Canadian programs to English stations.

|Texte|

Pour l'instant, nous exportons en Europe. On commence à peine à faire ces exportations.

M. Blackburn (Jonquière): Pourquoi nos émissions françaises ne sont-elles pas achetées par le Canada anglais ou par les États-Unis? Pourquoi ne s'intéressent-ils pas à nos émissions alors que nous, nous nous intéressons aux leurs? Qu'est-ce qui se passe?

M. Vinet: Eh bien, le problème au Canada français à cet égard est le même que celui que je constate en France. Pourquoi n'y a-t-il pas plus d'émissions françaises sur les chaînes américaines alors que certaines émissions haut de gamme pourraient se retrouver au moins à PBS? Il y a vraiment, actuellement, une identification mondiale au concept culturel maître qui est celui des États-Unis. Grâce à une stratégie basée sur de fortes sommes, sur un marketing extrêmement puissant, sur une capacité de production qui sort de l'ordinaire, le critère mondial, c'est l'émission américaine. Là je ne pose pas un jugement de valeur. Je fais le constat de ce que me permettent de voir mes différents déplacements dans d'autres pays.

Qu'est-ce qui se passe actuellement, même à la télévision française, lorsque les nouvelles chaînes privées surgissent? On va chercher des émissions américaines, et elles sont bien mieux cotées que nos émissions à nous qui sont pourtant faites dans leur langue.

Au Canada anglais, qu'est-ce qui se passe exactement? Eh bien, l'émission canadienne-française est considérée comme une émission d'intérêt local et on croit qu'elle ne présente pas le caractère universel de la culture américaine aux yeux du Canadien anglais.

Nous devons d'abord faire un meilleur marketing auprès des Canadiens anglais pour leur montrer l'intérêt de nos émissions. Deuxièmement, et c'est peut-être la nature du reproche qu'on doit se faire, il s'agit de mettre au point une nouvelle façon de fabriquer nos émissions de manière à ce qu'elles présentent un intérêt plus universel, premièrement aux yeux de nos compatriotes canadiens-anglais. Je vous mentirais si je vous disais qu'on est en train de conclure des ententes avec eux à ce sujet.

• 1155

Mr. Caldwell: How much would you save by doing it like *He Shoots, He Scores*, by doing the bilingual type of broadcast? The shooting of *He Shoots, He Scores* was done in French and it was also done in English at the same time.

M. Vinet: Pour l'instant, nous ne sommes pas très optimistes en ce qui concerne ce qu'on appelle chez nous le *double shooting*. Le problème n'est pas un problème d'ordre linguistique. C'est un problème de symboles culturels. À quoi s'identifient donc les Canadiens anglais et à quoi s'identifient donc les Canadiens français? Il y a inévitablement une symbolique partagée par les deux groupes. Mais le *double shooting* impliquerait qu'on soit capable de concevoir une émission dont les principales caractéristiques sociologiques, philosophiques, culturelles et économiques nous soient communes, de telle sorte que

|Traduction|

For the time being, we are exporting to Europe. We have hardly started exporting yet.

Mr. Blackburn (Jonquière): Why are our French programs not bought either by English Canada or the U.S.A? Why are they not interested in what we have to offer, while we are interested in their programs? What is going on?

Mr. Vinet: Well, the problem we have in French Canada is the same one I can see in France. Why do we not have more French programs on American networks when some really high-quality programs could at least be shown on PBS? Right now, there is really a world identification with the master cultural concept that flows from the U.S.A. Thanks to strategy based on enormous amounts of money, on very strong marketing, and on a production capacity that is truly extraordinary, the world standard is the American program. This is not a value judgement. I am simply telling you what I have seen with my own two eyes travelling abroad.

What happens, right now, even on French television, when you have new channels being set up? They put on American programs, which get far better ratings than our programs even though these are done in their own language.

What exactly is happening out there in English Canada? Well, the French-Canadian program is considered something of local interest and it is thought that it does not present that universal characteristic of American culture in the eyes of English Canadians.

So we first have to use better marketing with English Canadians to show them how interesting our programs can be. Secondly, and perhaps we can blame ourselves for that, we have to find a new way or producing our programs so that they have more universal appeal, starting with our English Canadian compatriots. I would be lying to you if I told you that we are coming to any sort of agreement with them on that.

M. Caldwell: Combien d'argent pourriez-vous économiser en produisant une émission bilingue du genre *Lance et compte*? Cette émission a été produite en français et en anglais en même temps.

Mr. Vinet: For the time being, we are not very optimistic concerning what we call here double shooting. It is not a language problem. It is a cultural symbol problem. What do English Canadians and French Canadians identify themselves with? There are inevitably cultural symbols shared by the two groups. Nevertheless, "double shooting" would imply the development of a program whose main sociological, philosophical, cultural and economic characteristics would be common to both English-speaking Canadians and French-speaking Canadians, so that they might recognize themselves in it.

[Text]

les Canadiens anglais et les Canadiens français se reconnaissent dans un produit fait en *double shooting*.

[Translation]

• 1200

Pour l'instant, ce n'est pas évident. Compte tenu du fait que les Canadiens anglais, comme nous, ont des problèmes d'accumulation de sommes d'argent suffisantes pour faire des émissions de haute gamme, de grand intérêt et compétitives avec les émissions américaines, la solution se trouverait sans doute dans le fait qu'on puisse travailler ensemble à concevoir de plus en plus de projets en *double shooting*, français, anglais, et qu'on puisse les diffuser à la fois dans les stations anglaises et dans les stations françaises. C'est une voie. Pour l'instant, le problème avec les Canadiens anglais et même avec les Français n'est pas de même nature. Les Canadiens français n'arrivent pas encore à concevoir une émission commune qui puisse être diffusée avec le même intérêt sur les deux territoires. C'est un peu le problème.

M. Blackburn (Jonquière): J'ai l'impression en écoutant vos propos, monsieur Vinet, que ce créneau risque d'être exploité de plus en plus dans les années qui viennent. Il faut essayer d'arriver à des émissions à caractère universel, dans lesquelles vous pourrez aller chercher des fonds additionnels.

M. Vinet: C'est notre obsession.

M. Blackburn (Jonquière): Merci. Une autre question.

Lorsqu'à Télé-Métropole vous produisez une émission, vous n'êtes pas admissibles au fonds de Téléfilm Canada.

M. Vinet: Télé-Métropole ne peut pas aller vers Téléfilm Canada et lui demander de participer à un projet à la hauteur d'équité de 30 p. 100? La demande n'est pas recevable. Là où nous devenons un interlocuteur éventuel et indirect de Téléfilm Canada, c'est lorsqu'une maison de production soumet un projet à Télé-Métropole. Ce doit être un producteur indépendant de Télé-Métropole. Ce producteur indépendant a un bon projet; il vient nous le soumettre et si nous sommes d'accord pour le diffuser, nous participerons au financement, soit en équité, soit en acquisition des droits de diffusion. Le producteur indépendant obtient une lettre qui indiquera à Téléfilm Canada que Télé-Métropole s'engage à diffuser le produit à telle heure, tel jour. Mais Télé-Métropole n'a aucun lien de droits possible avec Téléfilm.

M. Blackburn (Jonquière): Est-il bien qu'il en soit ainsi?

M. Vinet: Il y a un esprit qui prévaut à la réglementation actuelle. Il a amené Téléfilm sur le marché et a favorisé l'émergence de producteurs privés, une industrie vigoureuse qui générera des idées, se développera et fera en sorte que la culture canadienne soit très compétitive. C'est l'idée qui prévaut à la base. J'aime cette question parce qu'elle arrive au moment où nous-mêmes sommes inquiets. Nous sommes inquiets du jeu de la fragmentation en train de se produire sur notre

For the moment, we can't quite see how to do it. Given that English Canadians, like us, have difficulty in getting enough money to develop interesting, top-quality programs that can compete with American programs, the solution would seem to be in getting both groups to co-operate more and more in such "double shooting" projects, in French and in English, and broadcasting them on both networks. That is one possibility. However, for the moment, the problems in reaching English Canada and France are not the same. French-speaking Canadians have not yet been able to develop a program that would be equally interesting for both audiences. That is part of the problem.

Mr. Blackburn (Jonquière): In listening to you, Mr. Vinet, I was just thinking that this way of doing things may become more and more widespread in the coming years. We must try to develop programs with universal appeal, for which it would be possible to get additional funding.

Mr. Vinet: We are obsessed by it.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you. Another question now.

When Télé-Métropole produces a program, it cannot get funds from Telefilm Canada.

Mr. Vinet: Télé-Métropole cannot ask Telefilm Canada for 30% equity financing of a project. They refuse. However, we have indirect links with Telefilm Canada, when an independent producer wishes to sell us his product. He must be someone independent of Télé-Métropole. When this producer shows us a good project of his, and we agree to broadcast it, we can cover part of the financing, whether it be through equity funding or through obtaining the broadcast rights. Then, this independent producer is given a letter for Telefilm Canada saying that Télé-Métropole guarantees to air the product at a given hour, on a given day. This being said, however, Télé-Métropole has no direct legal link with Telefilm.

Mr. Blackburn (Jonquière): Can you live with that?

Mr. Vinet: The present regulations are in keeping with a certain spirit, the spirit that created Telefilm, helped to launch private producers, and gave a boost to a vigorous industry teeming with ideas, which in turn will develop itself and make Canadian culture very competitive. That is the basic idea. I like this question, because it comes at a time when we ourselves are worried. We are worried by the fragmentation of things in our own territory, and also by our increased production costs.

[Texte]

territoire et, en même temps, de l'augmentation de nos coûts de production.

Serons-nous capables de maintenir le rythme actuel d'investissement dans les coûts de production sans stimulants de l'extérieur? Alors, si votre question tend à suggérer qu'il devrait y avoir une articulation nouvelle entre Téléfilm et les diffuseurs privés, la mesure pourrait participer à régler le problème commun: générer de fortes émissions canadiennes compétitives avec l'extérieur.

M. Blackburn (Jonquière): Une autre courte question. Plusieurs chaînes se sont unies pour constituer TV-5. TV-5 aura-t-il de la publicité?

• 1205

M. Vinet: TV-5 a déposé une demande extrêmement modeste au chapitre de la publicité. Elle s'est engagée à aller chercher environ 200,000\$ sur un budget d'opération de 10 millions de dollars.

M. Blackburn (Jonquière): Où allez-vous chercher votre rentabilité?

M. Vinet: L'intention de Télé-Métropole, de participer à TV-5. . . Je ne voudrais pas embarrasser le Comité avec ces éléments. Il y a différentes raisons. Elles tiennent de notre volonté de participer à consolider l'espace francophone autant à l'étranger qu'au Canada. Notre culture est un peu plus fragile et il faut prendre des moyens pour veiller que l'espace francophone soit maintenu vigoureusement. Quand on regarde le nombre de signaux américains qui pénètrent sur le territoire canadien par rapport aux signaux francophones, nous disons qu'il faut éventuellement un équilibre. Ce sont là les propos d'un citoyen corporatif qui réfléchit sur l'avenir de la télévision. Il a fallu s'intéresser à ce que signifiait TV-5.

L'aspect de la rentabilité n'est pas un aspect immédiat. Si on s'est joint à TV-5, c'est pour rendre nos émissions disponibles en Europe. Grâce à TV-5, nos émissions sont vues en Europe depuis près de deux ans; on diffuse dans 14 pays européens et, pour nous, c'est une vitrine. Là où nos émissions ne réussaient jamais à pénétrer en Europe, TV-5 a réussi à atteindre des populations qui aiment nos émissions. On génère donc un intérêt pour les émissions canadiennes.

Deuxièmement, TV-5 s'installe au Canada. Nous savons que les autorités publiques ont décidé de générer un nouveau canal culturel haute gamme. Il répondra à des problèmes très particuliers, tant en matière de programmation très spécialisée qu'en matière d'information régionale. Alors, pourquoi les diffuseurs, en commun, n'assumeraient-ils pas cette obligation? Les coûts sont partagés de quelle façon? Globalement. Les gouvernements en absorbent presque la moitié et, selon les plans actuels, les câblodistributeurs, à cause de la nature de ce service, absorberont l'autre moitié, ou presque. Nous serons les fournisseurs d'informations.

M. Blackburn (Jonquière): C'est un investissement à long terme.

[Traduction]

Would we be able to maintain the present momentum of investment in production costs without any external stimulus? If your question implies that there should be a new link between Telefilm and private broadcasters, such a measure could help our common problem: to generate strong Canadian programs that would compete with the imports.

Mr. Blackburn (Jonquière): Another brief question. Several channels got together to create TV-5. Will there be advertising on this channel?

Mr. Vinet: TV-5 tabled a very modest request concerning publicity. It has guaranteed it will itself try to find approximately \$200,000 of the \$10-million operating budget.

Mr. Blackburn (Jonquière): How will you make money?

Mr. Vinet: Télé-Métropole's intention to be a member of TV-5. . . I would not want to belabour the point for the committee, but let us say there are different reasons for that. They stem from our determination to reinforce the French cultural presence, outside the country as well as in Canada. Our culture is a little more fragile, and we must do whatever needs to be done to vigorously defend French on the airwaves. When we see how many American signals can be seen on the Canadian territory, compared with French-language signals, we think that eventually, things will have to be balanced. These are the thoughts of a corporate citizen on the future of television. We had to interest ourselves in what TV-5 would mean.

Concerning profitability, it is not an immediate concern. We joined TV-5 in order to make our programs available in Europe. Thanks to TV-5, our programs have been seen in Europe for the past two years; we broadcast in 14 European countries, and for us, that's exposure. Whereas our programs never before penetrated Europe, with TV-5 we have managed to reach audiences that like our programs. It can therefore be said that we are generating interest in Canadian programs.

Secondly, TV-5 is setting up in Canada. We know that the powers that be have decided to allow the creation of a new high-quality cultural channel. This new service will meet very particular needs, through very specialized programming as well as regional information. Why should broadcasters not band together to deliver this service? As for how the costs will be shared, it will be done globally. The governments will shoulder nearly half of them, and according to present plans, given the nature of the service, cable distributors will share nearly all of the remainder. We will be the ones to supply information.

Mr. Blackburn (Jonquière): It is a long-term investment.

[Text]

M. Vinet: C'est un investissement à long terme. Ensuite, ce sera la conquête du marché américain, et de l'Afrique à cause de l'investissement canadien tout récent de 1,8 million de dollars.

M. Blackburn (Jonquière): Dans une très courte réponse, pensez-vous que l'ONF devrait cesser de produire des films et s'orienter vers la recherche de nouvelles technologies ou d'autres projets?

M. Vinet: Je ne voudrais pas faire de déclaration sectaire. Je pense que l'ONF a joué un rôle traditionnel, fort, et qu'actuellement il aurait tendance à reprendre son rôle traditionnel. Je songerais plutôt à le solidifier et non pas à diversifier ses opérations. L'ONF joue un rôle indispensable qui doit être maintenu.

M. Blackburn (Jonquière): C'est-à-dire de produire des films.

M. Vinet: Des films et des documentaires notamment, et des films que d'autres ne produisent pas et qu'il est seul à pouvoir produire.

M. Blackburn (Jonquière): Merci, monsieur Vinet.

Le président: Merci, monsieur Blackburn. Monsieur Vinet, les membres du Comité ont trouvé votre position très bien articulée. Merci de votre aide. Nous vous inviterons à répondre à quelques questions écrites.

M. Vinet: Je le ferai avec grand plaisir, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur Vinet.

M. Vinet: Merci.

Le président: La séance est suspendue jusqu'à 13h30.

[Translation]

Mr. Vinet: It is a long-term investment. Following that will come the conquest of the American market, and then the African market, given the recent Canadian investment of \$1.8 million.

Mr. Blackburn (Jonquière): Very briefly, do you think that the National Film Board should stop producing films and redirect its work towards research into new technologies or other projects?

Mr. Vinet: I would not want to sound too partisan here. I think that the NFB has traditionally played a role, and I think that it is coming back to playing this same role. I would consider strengthening its operations rather than diversifying them. The NFB plays an indispensable role that must be maintained.

Mr. Blackburn (Jonquière): You mean film production.

Mr. Vinet: Film production, and notably production of documentaries, and of films that others do not produce and which it alone can produce.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you, Mr. Vinet.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn. Mr. Vinet, the members of the committee have appreciated hearing your very articulate position. Thank you for your help. We will also send you a few written questions, if you would answer them.

Mr. Vinet: With the greatest pleasure, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you, Mr. Vinet.

Mr. Vinet: Thank you.

The Chairman: The meeting is adjourned until 1.30 p.m.

AFTERNOON SITTING

• 1330

The Chairman: Order, please. We are resuming the hearings of the standing committee in Montreal. We welcome at this point Mr. Peter Rice, president of Seneca Communications. I believe we all have a copy of Mr. Rice's documents. Sir, we would invite you to make a brief introductory statement and then be ready for our questions.

Mr. Peter Rice (President, Seneca Communications): Thank you, Mr. Chairman and members of the committee. My name is Peter Rice, and I am the president and owner of Seneca Communications, whose head office is located on the Kahnawake Reserve.

Seneca Communications is a company dedicated to providing an integrated full-service video and communications system for native and remote communities in Canada. We have been working on the development of our satellite communications system for

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

Le président: La séance est ouverte. Nous reprenons les audiences du Comité permanent à Montréal. Nous sommes heureux d'accueillir parmi nous Peter Rice, président de Seneca Communications. Nous avons tous, je pense, un exemplaire de la documentation fournie par M. Rice. Monsieur Rice, je vous invite à faire une brève déclaration à titre d'introduction et à répondre ensuite à nos questions.

M. Peter Rice (président, Seneca Communications): Merci, monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du Comité. Je m'appelle Peter Rice, et je suis président et propriétaire de Seneca Communications, entreprise dont le siège se trouve dans la réserve de Kahnawake.

La société Seneca Communications se charge de fournir un service de vidéo et de communications pleinement intégré aux collectivités autochtones et aux régions éloignées du Canada. Nous travaillons à la mise au point de notre système de communications par satellite

[Texte]

several years. After many consultation sessions with native communities across Canada, and having conducted an in-depth market study, we are now ready to begin the implementation phase of our project.

The Seneca system has four major components: the transmission centre, the satellite, the remote receiving centre, and the work station. The transmission centre will act as our central control unit and will co-ordinate the technical operations through the entire multi-channel system. Images and data are converted into electronic signals, scrambled, and transmitted to the Anik D2 satellite.

The satellite serves as the heart of the Seneca system and hovers 22,000 miles above the earth. The Anik D2 satellite relays information to Canada's native and remote areas instantaneously. This continuous video and data signal can be then simultaneously sent to one, any number, or all of the communities nation-wide.

The remote receiving centre located in each community will have an integrated satellite dish and descrambler. This control unit is addressable; that is, the satellite signal can only be decoded and read at the intended or addressed location, thus ensuring confidentiality and security within the system. Furthermore, the receiving centre directs the incoming signals to the correct module of the work station.

Each community will have its own custom-tailored work station connected to the remote receiving centre, including such elements as a TV monitor, a remotely controlled VCR, a telefax machine, and eventually a personal computer. The Seneca system is designed with growth and modularity in mind. It can be added to and improved upon as needs change and technology advances.

The Seneca system has a wide range of applications and unlimited potential as a state-of-the-art satellite delivery system. In addition, the Seneca system is of tremendous value to native people and to people living in remote areas in their day-to-day activities. Just to mention a few, there are educational services, such as distance education, training, and consultation. There are health services, such as direct consultation, updating of skills, or medical records. There are information services, such as government programs, updates, press releases, as well as the ability to conduct video conferencing and consultation between governments and communities. There are many more possible applications. This will evolve as technology and needs arise.

[Traduction]

depuis plusieurs années. Après de nombreuses séances de consultations avec les collectivités autochtones du Canada et après une étude approfondie du marché, nous sommes entrés maintenant dans la phase d'application de notre projet.

Le système Seneca comprend quatre composantes principales: un centre de transmission, un satellite, un centre de télé-réception et une station opératrice. Le centre de transmission doit nous servir d'unité centrale de contrôle et coordonner les opérations techniques par l'intermédiaire de l'ensemble du réseau à plusieurs canaux. Les images et les données sont converties en signaux électroniques, brouillées par codage et transmises au satellite Anik D2.

Le satellite est au coeur du système Seneca et se trouve à 22,000 milles au-dessus de la terre. Le satellite Anik D2 relaie instantanément l'information aux régions éloignées et aux milieux autochtones du Canada. Ce signal continu, porteur d'images vidéos et de données, peut être simultanément transmis à l'une quelconque des différentes collectivités éparpillées dans tout le pays.

Le centre de télé-réception installé dans chaque collectivité sera équipé d'une antenne parabolique et d'un décodeur intégré. Cette unité de contrôle est adressable, c'est-à-dire que le signal émanant du satellite ne peut être décodé et lu qu'à l'emplacement ou à l'adresse prévue, ce qui garantit ainsi la confidentialité et assure la sécurité du système. En outre, le centre de réception dirige les signaux à l'entrée vers le module correspondant de la station opératrice.

Chaque collectivité possédera sa propre station opératrice faite à la mesure de ses besoins et raccordée au centre de télé-réception. On y trouvera des éléments tels que moniteurs de télévision, enregistrements sur vidéo-cassettes à télécommande, machines à facsimilé et, par la suite, micro-ordinateurs. Le système Seneca est conçu de manière à pouvoir se développer de façon modulaire. On peut rajouter de nouveaux éléments et améliorer les éléments existants de façon à pouvoir s'adapter aux progrès techniques.

Le système Seneca répond à tout un éventail d'applications et son potentiel est illimité en tant que système de transmission par satellite se trouvant à la fine pointe de la technique. De plus, le système Seneca présente un intérêt considérable pour la vie quotidienne des autochtones et des gens qui habitent dans des régions éloignées. On peut penser immédiatement aux services éducatifs tels que télé-enseignement, formation et services de consultation. Il y a des services de santé, qu'il s'agisse de consultation directe, de formation sanitaire ou de fichiers médicaux. Il y a aussi des services d'information, au sujet par exemple des programmes du gouvernement, actualités, communiqués de presse, ainsi que la possibilité d'établir des conférences et des consultations vidéos entre les gouvernements et les différentes collectivités concernées. Il y a bien d'autres applications possibles. Elles évolueront avec le progrès technique et en fonction des besoins.

[Text]

The process of timely and effective communications with Canada's remote communities was once a costly, annoying, or impossible task. The Seneca system ushers in a new era and style of services to the communities, a service once denied by distance. The community leaders and administrators may be consulted easily and special needs can be addressed. Governments—federal, provincial, and territorial—have found up to now that severe Canadian weather conditions can prevent them from keeping in touch with their constituents living in remote areas. From now on, real dialogue is possible. More effective means of communication will facilitate workable and popular solutions to problems and needs. Native communities will not have to wait for the information they need when making decisions concerning their livelihood.

[Translation]

Fut un temps où il était coûteux, difficile et presque impossible de communiquer en temps utile et de manière efficace avec les collectivités éloignées du Canada. Le système Seneca nous fait entrer dans une nouvelle ère qui permet d'offrir à ces différentes collectivités des services rendus jusqu'alors impossibles par les distances. Les dirigeants et les administrateurs des différentes collectivités peuvent désormais être consultés facilement et l'on peut répondre à des besoins particuliers. Jusqu'à présent, les gouvernements—gouvernement fédéral, provinces et gouvernements territoriaux—se voyaient empêché par la sévérité du climat canadien de rester en contact avec leurs ressortissants des régions éloignées. Dorénavant, un véritable dialogue est possible. Grâce à des moyens de communication plus efficaces, il sera plus facile d'apporter des solutions pratiques et utiles aux différents problèmes rencontrés. Les collectivités autochtones n'auront plus à attendre les informations dont elles ont besoin pour prendre les décisions qui les concernent en propre.

• 1335

Information-gathering and dissemination have never been easier. Governments at all levels are spending considerable amounts of money to make their programs better known and more effective. They have met with limited success when trying to achieve this. We believe these dollars could be better spent.

Le recueil et la diffusion des informations n'a jamais été aussi facile. Les gouvernements, à tous les niveaux, consacrent d'importantes sommes d'argent pour faire mieux connaître leurs programmes. Ils n'y sont pas toujours parvenus avec bonheur. Nous considérons pour notre part que les sommes ainsi engagées pourraient être dépensées avec plus de profit.

We are ready and eager to make an essential contribution to the efficiency of the government programs designed to meet these needs of the native communities and remote areas of the country. To this end, we have secured financing from the private sector for \$7 million. We are committed to meeting the needs of these communities and hope we can count on your support in this endeavour.

Nous nous préparons avec impatience et nous sommes prêts à jouer le rôle essentiel qui est le nôtre pour appuyer les programmes du gouvernement visant à mieux répondre aux besoins des collectivités autochtones et des régions éloignées du pays. A cette fin, nous nous sommes assurés d'un financement de 7 millions de dollars dans le secteur privé. Nous nous sommes engagés à répondre aux besoins de ces collectivités et nous espérons pouvoir compter sur votre appui dans notre tâche.

In reviewing the proposed new Broadcasting Act, we are of the opinion that it should include the rights of aboriginal peoples to broadcasting services in representative native languages. However, we strongly object to the limitations placed on this statement by the Caplan-Sauvageau report when they said "where numbers warrant and as public funds become available". This qualifier is strategically positioned to limit native people forever. We are a small population, dispersed over a large geographic territory. We recommend that this notion be completely erased from any legislative consideration. We specifically regard the continuing qualifier "as public funds become available". . .

Après examen du projet de loi sur la radiodiffusion, nous considérons qu'on devrait mentionner le droit pour les peuples autochtones d'obtenir des services de radiodiffusion dans les langues autochtones représentatives. Nous sommes toutefois fortement opposés à la restriction du rapport Caplan-Sauvageau sur ce point: «lorsque le nombre le justifie et à condition que des fonds publics soient disponibles». Dans la pratique, cette restriction revient à opposer à tout jamais une fin de non recevoir aux peuples autochtones. Nous ne sommes pas nombreux et nous sommes éparpillés sur un immense territoire. Nous recommandons que cette condition soit purement et simplement supprimée dans tout texte législatif. Nous relevons en particulier la restriction qui s'applique «aux fonds publics disponibles». . .

I would like to point out that the Seneca system is well known in many federal government departments, and we have been supported publicly by at least five Ministers. I have included copies of the press release in the documentation given to you today. I would like to stress

J'aimerais signaler que le système Seneca est connu dans de nombreux ministères du gouvernement fédéral et que cinq ministres au moins l'ont publiquement appuyé. J'ai ajouté des coupures de presse à la documentation que je vous ai remise aujourd'hui. Je dois préciser que pour

[Texte]

that until now we have not been led to believe the government departments would be able to use the Seneca system. We have been told no money is available. For the government to use the Seneca system no funds have been made available, even though we are not asking for grants, we are only asking the Government of Canada to use the Seneca system for the delivery of its services.

I would like to bring to your attention a recent development that makes me very concerned. Just this week the Government of Canada announced it would spend \$6 million to support a network that will transmit educational programs to isolated countries. It seems odd the government can now find funds to help the developing countries in the very same area of activity as ours. I feel it is nice for Canada to offer aid for educational services to these developing countries. However, my sentiments were best represented when in a section of a Canadian Press release an official from the Department of Indian and Northern Affairs questioned an aide of the Hon. Flora MacDonald about the wisdom of supplying services to developing countries when "sooner or later, someone is going to ask why the hell we are not providing these services to our own native people".

Mr. Chairman, members of the standing committee, what we ask of you is to acknowledge the existence of our new, innovative native communications network, and we would like to have your committee help tear down the bureaucratic road-blocks that exist for us so we may be part of the new Broadcasting Act and Seneca will be recognized as an essential service so as to serve better the specific requirements of the native people of Canada.

The Chairman: Mr. Rice, we appreciate the trust and confidence you have shown in our capability to do such a task. We look forward to the discussion with you and the conclusions we may come to.

Mr. Gormley: Welcome to the committee. You have captured the attention and interest of many of the committee members in our own private research and interest in telecommunications in Canada. It is a pleasure to have you here today, where we can ask you a few questions to find out a bit more.

If you will explain for me the general ownership, control, and access to the satellite... Who owns the particular Anik satellite you are using? What are your rights of access to it?

Mr. Rice: The satellite system is owned by Telesat Canada, and what we do is lease time from Telesat Canada.

[Traduction]

l'instant, rien ne nous permet de penser que les ministères du gouvernement vont pouvoir se servir du système Seneca. On nous a déclaré qu'il n'y avait pas crédits. Aucun crédit n'a été accordé pour permettre au gouvernement de se servir du système Seneca et pourtant, nous ne demandons pas de subventions, nous demandons tout simplement que le gouvernement du Canada utilise le système Seneca pour assurer ses propres services.

Je veux attirer votre attention sur un événement récent qui me préoccupe beaucoup. Cette semaine, le gouvernement du Canada a annoncé qu'il allait consacrer 6 millions de dollars au financement d'un réseau permettant de transmettre des émissions éducatives dans des pays isolés. Il est surprenant que le gouvernement trouve aujourd'hui des crédits pour aider les pays en développement dans le même secteur d'activité que le nôtre. C'est très bien pour le Canada d'offrir son aide et des services éducatifs à ces pays en développement. Cependant, j'ai personnellement tendance à penser comme ce fonctionnaire du ministère des Affaires indiennes et du Nord qui, au cours d'un communiqué de presse au Canada, a demandé à un collaborateur de l'honorable Flora MacDonald s'il était bien sage de dispenser des services aux pays en développement alors que «tôt ou tard, quelqu'un va nous demander comment il se fait qu'on n'offre pas ce même genre de services à notre propre population autochtone».

Monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du Comité permanent, nous voulons simplement vous faire prendre conscience de l'existence de notre nouveau réseau de communication qui présente un grand intérêt pour les autochtones et nous aimerions que votre Comité nous aide à faire tomber les obstacles bureaucratiques qui nous empêchent d'être l'une des pièces essentielles de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion et d'être reconnus comme un service indispensable face aux besoins bien particuliers du peuple autochtone du Canada.

Le président: Monsieur Rice, nous sommes sensibles à la confiance que vous nous faites. Nous sommes heureux de pouvoir en discuter avec vous et impatients de voir les conclusions que nous pourrions en tirer.

M. Gormley: Je vous souhaite la bienvenue au sein de notre comité. Vous avez su éveiller l'attention et l'intérêt de nombreux membres de ce Comité avec vos recherches et vos entreprises privées dans le domaine des télécommunications au Canada. C'est un plaisir de vous accueillir parmi nous aujourd'hui et j'espère que nos questions nous aideront à nous familiariser avec votre projet.

Pouvez-vous me donner des précisions sur la propriété, le contrôle et l'accès au satellite... Qui possède le satellite Anik que vous utilisez? Quels sont les droits d'accès?

M. Rice: Le propriétaire du satellite est Télésat Canada et, pour notre part, nous louons un temps d'utilisation à Télésat Canada.

[Text]

Mr. Gormley: Have you been on a lease basis with them for some time now?

Mr. Rice: We are on occasional use. When we need time, we buy the time from Telesat.

• 1340

Mr. Gormley: On the question of funding for this venture, you mentioned \$7 million of private-sector capital. Is that the figure?

Mr. Rice: That is correct.

Mr. Gormley: Has there been participation through Canadian Jobs Strategy, or Secretary of State, or NEDP, or any other government programs?

Mr. Rice: We had the participation of NEDP. There was a grant given in the initial stages of the company to do the market study. There was money made available.

Mr. Gormley: How much money was funded through NEDP?

Mr. Rice: It was \$187,000.

Mr. Gormley: And that was a more exploratory stage as—

Mr. Rice: That was in the development stage. It helped us set out the market and the guidelines on how we would deploy the company.

Mr. Gormley: I am challenged and interested in this proposal. In my own constituency, for example, I work with 19 Indian reserves. I have a number of remote northern communities and have spent a great deal of my time, not only in this committee but as a private MP, working with the NNBAP through Secretary of State, the native broadcasting program. Are we perhaps working at cross-purposes? And I ask you that question rhetorically. Is your company proposing to be an up-link for what could be a very good native educational, general purpose facility?

We have a number of native communities in various forms and permutations accessing the native access broadcast fund. They too are talking about networks. They too are talking about the cultural linkage. Is this the case of a number of people all heading the same way but not using the same road?

Mr. Rice: No, I do not think so. I think what you are looking at is more of a regional or local coverage. To better understand what it is we are talking about, Seneca will be a provider of the service, not the content. We will be a carrier. There is no such carrier in place right now.

As far as the communications network and the development of the schools and educational programs—

[Translation]

M. Gormley: Avez-vous un contrat de location depuis déjà un certain temps?

M. Rice: Nous sommes des utilisateurs par intermittence. Lorsque nous avons besoin d'un temps d'utilisation, nous l'achetons à Télésat.

M. Gormley: Au sujet du financement de l'entreprise, vous nous avez parlé de 7 millions de dollars de fonds privés. C'est bien cela?

M. Rice: C'est exact.

M. Gormley: Y a-t-il eu des contributions de la Planification canadienne de l'emploi, du Secrétariat d'État, du NPEDE ou d'un quelconque programme gouvernemental?

M. Rice: Nous avons obtenu une contribution du NPEDE. Il s'agissait d'une subvention accordée au départ à l'entreprise pour effectuer une étude de marché. Des crédits étaient disponibles.

M. Gormley: Quelle a été la somme accordée par l'entremise du NPEDE?

M. Rice: C'était 187,000\$.

M. Gormley: Et c'était à un stade plus exploratoire que...

M. Rice: C'était au stade de la mise en oeuvre. Cette somme nous a aidés à déterminer le marché et les lignes de conduite en fonction desquelles nous allions bâtir notre entreprise.

M. Gormley: Ce projet m'intéresse et m'intrigue. Dans mon comté, par exemple, je travaille avec 19 réserves indiennes. Je dois m'occuper d'un certain nombre de collectivités éloignées dans le Nord et j'ai consacré une bonne partie de mon temps, non seulement au sein de ce Comité, mais en ma qualité de député au programme de radiodiffusion autochtone du Secrétariat d'État. Se peut-il que nos efforts se nuisent mutuellement? Je vous pose simplement la question. Votre société propose-t-elle un système de télécommunications assurant un excellent service éducatif d'application générale?

Nombre de collectivités autochtones, sous des formes diverses et avec des mécanismes différents, ont aujourd'hui accès au fonds de radiodiffusion à l'usage des autochtones. Elles aussi nous parlent de la constitution de réseaux. Elles aussi mentionnent le lien culturel. Est-on en présence d'un grand nombre de gens qui se dirigent tous dans le même sens par des chemins différents?

M. Rice: Non, je ne le pense pas. Je pense qu'il faut voir davantage la question sous un angle régional ou local. Pour vous faire mieux comprendre ce dont nous parlons, je dois préciser que Seneca va fournir le service, non le contenu. Nous serons simplement une société de transmission. Il n'y a pas de société de transmission de ce type pour l'instant.

Dans le domaine des réseaux de communications et de la mise au point des émissions scolaires et éducatives, sur

[Texte]

the communication societies—it is very important as native people to get involved in modern technology, to get involved in the communications era. The problem is we have limitations, because there is no place for our people to go. If they work for the communications societies, they cannot advance beyond that.

Mr. Gormley: We have had a number of witnesses over the past six months in literally every province we have been in from native communications societies who do outline the very real concerns of their own communities but usually in the next breath are talking about linking the communities. They are talking about entire native broadcasting systems, entire northern broadcasting systems. Are they coming to you to talk about these things?

Mr. Rice: We have talked to many of them in the past. They are starting to understand that we could be the carrier of what they need. They are the persons developing what the people out there want. It could be language programs, it could be communications. The problem is they do not have a delivery system, and what Seneca provides is a delivery system, whether it be the government, whether it be the private sector, whether it be the native groups themselves. A delivery system is what we are talking about.

Mr. Gormley: What do you want from the Government of Canada?

Mr. Rice: What we would like the Government of Canada to do is to look at the Seneca system. We have been told by a number of people in all sections of the government that it is very innovative; that it makes sense. For the first time they can reach the people in native and remote areas of Canada. They could allow them to be part of programs. We talked to Employment and Immigration who have a number of programs they cannot get out—for example, adult training, or job creation programs—because they do not have the manpower.

What we are saying is take a look at our system; use our system to reach the areas. That is what we are asking the Government of Canada.

Mr. Gormley: What would that entail then if the government were to participate? The down-link side in each community? Or are you simply saying the purchase of time via your system?

Mr. Rice: Exactly. Just purchase the time on the system.

Ms McDonald: Mr. Chairman, I would like to ask a few questions simply to understand your situation better. I am a little bit perplexed by what you are trying to do. You are a private business, and presumably you want to make

[Traduction]

le plan des associations de communications, il est très important pour les autochtones de se familiariser avec les techniques modernes et d'entrer dans l'ère des communications. Le problème, c'est que nous sommes limités car nos gens ne savent pas où se diriger. S'ils travaillent pour le compte d'une association de communications, ils ne peuvent pas aller plus loin.

M. Gormley: Au cours des six derniers mois, nous avons vu arriver de presque toutes les provinces un grand nombre de témoins qui ont travaillé pour le compte d'associations de communications autochtones et qui nous parlent des préoccupations très réelles de leurs propres collectivités tout en précisant, dans un même souffle, qu'il serait bon de raccorder entre elles les différentes collectivités. Ils nous parlent de réseaux autochtones intégrés, d'une intégration des réseaux dans le Nord. S'adressent-ils à vous dans ce sens?

M. Rice: Nous avons parlé à bon nombre d'entre eux par le passé. Ils commencent à comprendre que nous pourrions très bien acheminer les émissions dont ils ont besoin. Ce sont eux qui font les émissions dont les gens ont besoin là-bas. Il peut s'agir d'émissions linguistiques ou encore de communications. Leur problème, c'est qu'ils n'ont pas de réseau pour les acheminer et c'est justement ce que nous fournissons, que ce soit à l'intention des gouvernements, du secteur privé ou des groupes autochtones eux-mêmes. Un réseau de transmission, voilà de quoi il s'agit.

M. Gormley: Qu'est-ce que vous attendez du gouvernement du Canada?

M. Rice: Nous voudrions que le gouvernement du Canada s'intéresse au système Seneca. De nombreux responsables, dans tous les services du gouvernement, nous ont dit que ce système était très novateur, qu'il présentait de l'intérêt. Pour la première fois, il est possible d'atteindre les gens des collectivités autochtones et des régions éloignées du Canada. Il serait possible de les faire participer à la programmation. Nous avons parlé aux gens de l'Emploi et de l'Immigration, qui ont un certain nombre de programmes qu'ils ne peuvent faire connaître, programmes de formation des adultes ou de création d'emplois, par exemple, parce qu'ils ne disposent pas de la main-d'oeuvre nécessaire.

Nous leur disons simplement: Regardez notre système; il vous permettra d'atteindre ces régions. Voilà ce que nous attendons du gouvernement du Canada.

M. Gormley: Que résultera-t-il d'une participation du gouvernement? Un raccordement de chacune des collectivités? A moins que vous vous contentiez de nous dire d'acheter du temps d'antenne par l'intermédiaire de votre réseau?

M. Rice: Exactement. Achetez du temps d'antenne par l'intermédiaire de notre réseau.

Mme McDonald: Monsieur le président, je vais poser quelques questions pour mieux comprendre la situation. Je suis intrigué par ce que vous voulez faire. Vous êtes une entreprise privée et on suppose que vous voulez faire

[Text]

a profit. The people who pay for your service are not the communities—or that is not the intention.

Mr. Rice: No, it is not.

Ms McDonald: It is whoever wants to get their information on.

Mr. Rice: For you to understand it more clearly, it is almost like a courier service. The person sending you the information is the one who pays the bill. If we had to depend on the communities to pay for the service, a lot of communities cannot afford it, which means they would not have part of the communications network, and I do not think that is fair. I think everybody should participate; everyone should have access to communications.

• 1345

Ms McDonald: So the people at the receiving end in these communities, would this be in everybody's home or just in a particular business or government office?

Mr. Rice: In some cases, depending on whether they have a cable system, they can be pumped into the home. The majority of places would either be in band offices, health centres, community centres, or schools.

Ms McDonald: What is the incentive for someone to be a customer of your services, to pay to get their information out?

Mr. Rice: There are a number of benefits. One is that the information gets out instantaneously. It gets out in a massive, the same story. It is not distorted. You are able to reach people on a regular basis as opposed to a yearly basis.

Ms McDonald: Is it for the sharing of information, or are they seeking customers? Is it part of a commercial network or information?

Mr. Rice: Let us look at some practical applications. For example, the Government of Canada is moving toward a role that native people will play and self-govern themselves. You just cannot dump that on native people. A lot of times they do not have the skills or the manpower to administer. How do you keep that tie with the government office? With a system such as Seneca, you would be able to hold that tie. You would be able to help the band administrators set up their funds, set up their programs. You could have that interactive capability.

[Translation]

des bénéfiques. Les gens qui vont payer vos services ne se trouvent pas dans les collectivités en question, ou du moins ce n'est pas votre intention.

M. Rice: Non, en effet.

Mme McDonald: Les payeurs sont les gens qui voudront acheminer l'information par votre intermédiaire.

M. Rice: Pour vous faire mieux comprendre le système, je dirais qu'il s'apparente en quelque sorte à un service de messagerie. La personne qui vous envoie l'information paie la facture. Si on devait demander aux collectivités de payer ce service, nombre d'entre elles ne le pourraient pas, ce qui signifie qu'elles seraient exclues du réseau de communications et je ne pense pas que cela soit juste. Je pense que tout le monde devrait y prendre part et que tous devraient avoir accès aux communications.

Mme McDonald: Donc, les gens des collectivités en question, est-ce qu'ils vont recevoir ces émissions dans leur propre foyer ou est-ce que la réception sera centralisée dans un bureau du gouvernement ou dans un local quelconque?

M. Rice: Dans certains cas, s'ils disposent d'un réseau de câblodistribution, ils pourront recevoir les émissions chez eux. Dans la majorité des cas, la réception sera centralisée dans les bureaux de la bande, dans les centres de santé, dans les centres communautaires ou dans les écoles.

Mme McDonald: Qu'est-ce qui va inciter vos clients à payer pour que vous communiquiez l'information qu'ils veulent faire passer?

M. Rice: Il y a un certain nombre d'avantages. Le premier est que l'information sort instantanément. Elle sort en bloc, sans aucune déformation. Il vous est possible de communiquer régulièrement avec les gens au lieu de le faire une fois par année.

Mme McDonald: S'agit-il de communiquer l'information ou de chercher de nouveaux clients? Peut-on penser à l'intervention d'un réseau ou d'une information de type commercial?

M. Rice: Voyons ensemble quelques applications pratiques. Par exemple, le gouvernement du Canada cherche progressivement à donner un plus grand pouvoir d'intervention aux autochtones et à leur conférer une certaine autonomie. On ne peut tout simplement pas mettre les autochtones devant le fait accompli du jour au lendemain. Bien souvent, ils n'ont tout simplement pas la capacité de s'administrer, ni la main-d'oeuvre pour le faire. Comment conserver un certain lien avec les services du gouvernement? Avec un système comme Seneca, il est possible de conserver ce lien. Il devient possible d'aider les administrateurs des bandes à organiser leurs finances, à établir leurs programmes. Il est alors possible de collaborer.

[Texte]

There is a telefax machine here where you can send tests down the line. Children are being removed from the reserves and sent to boarding schools and are not being part of the family, not being part of the community. We do not think that is right. It is wrong. We would like to see teachers in the community being subsidized with video teaching.

Ms McDonald: All of the examples you have given would be for non-commercial services.

Mr. Rice: That is correct.

Ms McDonald: Is that your intention throughout or would there be any inclusion of commercial scale—

Mr. Rice: We have commercial services on another application that we have in front of the CRTC, the TPTV application, which is a broadcasting initiative.

Ms McDonald: But this one does not include any kind of—

Mr. Rice: This is a full communications network.

Ms McDonald: All right. How would this fit in with other native broadcasting? How would this fit in with the concern that many native people have, and indeed non-native people have, for the preservation of native languages? Your broadcasting would be entirely in English and in French, or English only, or native languages, or in what combination?

Mr. Rice: We will deliver the service in the language the client desires. We are just a delivery mechanism. So if the Crees would like to use the system and they would like to speak Cree, they would be able to speak Cree. Whether it is Ojibway, Algonquin, or Mohawk, that is up to the individuals.

Ms McDonald: At present how many customers, how many communities do you have now?

Mr. Rice: We had eight locations we were testing across the country. We had native communities and non-native communities.

Ms McDonald: Is it your intention to continue to have non-native communities, is your service to be primarily to native people, or what?

Mr. Rice: Originally we started out designing a system to serve the native population of this country. As we started to visit many of the reserves across the country, we came to a lot of communities in remote areas who had the same problems as native people. They asked if they could participate in the network. We do not think there is anything wrong with that. We think they should participate. If there is a need for our service, we are prepared to be there.

[Traduction]

L'équipement de transmission par facsimilé vous permet de transmettre les copies d'examen. Aujourd'hui, les enfants doivent partir des réserves et sont envoyés en pension; ils perdent contact avec leur famille et ne sont plus intégrés à la collectivité. Nous ne pensons pas que ce soit une bonne chose. C'est une erreur. Il faudrait que des enseignants puissent s'adresser à la collectivité par l'intermédiaire d'un enseignement vidéo subventionné.

Mme McDonald: Tous les exemples que vous avez cités se réfèrent à des services non commerciaux.

M. Rice: C'est exact.

Mme McDonald: Est-ce là votre unique propos ou avez-vous l'intention de faire intervenir à un moment donné des services commerciaux. . .

M. Rice: Il y a des services commerciaux dans une autre demande que nous avons déposée devant le CRTC, la demande TPTV, qui est une initiative de radiodiffusion.

Mme McDonald: Mais dans le cas qui nous occupe, il n'y a absolument pas. . .

M. Rice: Il s'agit d'un réseau de communications intégré.

Mme McDonald: Très bien. Comment cela va-t-il cadrer avec les autres types de radiodiffusion autochtone? Comment cela va-t-il cadrer avec les préoccupations de nombreux autochtones, et d'autres intervenants aussi, concernant la préservation des langues autochtones? Vos émissions seront-elles diffusées uniquement en anglais et en français, en anglais uniquement, en langues autochtones, à moins que vous ne combiniez ces différentes possibilités?

M. Rice: Nous allons fournir le service dans la langue souhaitée par le client. Nous ne sommes qu'un moyen de transmission. En conséquence, si les Cris veulent se servir de notre système et utiliser la langue crie, ils pourront le faire. Que ce soit de l'ojibway, de l'algonquin ou du mohawk, chacun décidera.

Mme McDonald: Combien avez-vous de clients, combien desservez-vous de collectivités à l'heure actuelle?

M. Rice: Nous faisons des essais en huit points du pays. Nous nous adressons à des collectivités autochtones et non autochtones.

Mme McDonald: Avez-vous l'intention de continuer à desservir des collectivités non autochtones, ou est-ce que votre service s'adresse avant tout aux autochtones?

M. Rice: A l'origine, nous avons conçu un système à l'intention de la population autochtone de notre pays. En rendant visite à diverses réserves dans l'ensemble du pays, nous nous sommes aperçus qu'un grand nombre de collectivités éloignées éprouvaient les mêmes difficultés que les autochtones. Nous leur avons demandé si elles voulaient être intégrées au réseau. Je ne vois pas ce que l'on pourrait reprocher à cette démarche. Nous considérons qu'elles ont le droit de participer. Dans la mesure où on a besoin de nos services, nous sommes prêts à les fournir.

[Text]

Ms McDonald: So you started with eight communities. Are you at eight now, or have any others been included?

Mr. Rice: No, we have just terminated the eight. We just had a pilot project for six months.

Ms McDonald: Yes, yes. Are you broadcasting at all right now?

Mr. Rice: No, we are not.

Ms McDonald: You are not broadcasting. Why? Is it because you are not licensed to do so, or you do not have any customers at the moment?

Mr. Rice: We have a licence pending at the CRTC for the specialty services for another part of our operation, which is TPTV, and we are in the process now of changing our system. We are getting the input from the people who participated in the pilot project. We are evaluating that. They would like to see a more interactive system, that is new components we are putting inside the system. We have chosen 100 communities across the country where we would put the down-links in and now we are negotiating with people to use the service. If the service will be used, we will instal 100 down-links.

Ms McDonald: That service consists of what?

Mr. Rice: Voice and data transmission. To give you an example, we have been speaking to people like Hydro-Québec who would like to train some of the natives in James Bay. They have a responsibility under the James Bay and Northern Quebec Agreement to train them. It is very difficult to train them from Montreal. They have to go into the communities. The problem is they cannot get the same stories or they cannot get the visiting time they would like. People are on the trapline, or people are away or hunting. Through a system such as Seneca they could have adult training at night, on Tuesdays from 8 p.m. to 10 p.m. The system is affordable, everything is reasonable, they would be able to set up their programs. These are the types of things we are trying to employ across the country.

• 1350

Ms McDonald: In terms of what gets on to your system. . . In effect, you are not programmers; you are facilitators, with other people bringing their programs to you. You simply provide the technical needs.

Mr. Rice: That is correct.

Ms McDonald: Thank you, Mr. Chairman.

[Translation]

Mme McDonald: Vous avez donc commencé par huit collectivités. Y en a-t-il toujours huit aujourd'hui ou d'autres sont-elles venues s'ajouter?

M. Rice: Non, nous venons juste d'en terminer avec ces huit. Il s'agissait d'un projet pilote d'une durée de six mois.

Mme McDonald: Très bien, je comprends. Est-ce que vous radiodiffusez des émissions à l'heure actuelle?

M. Rice: Non, aucune.

Mme McDonald: Vous ne transmettez plus rien. Pourquoi? Est-ce parce que vous ne possédez pas de licence ou parce que vous n'avez pas de clients pour l'instant?

M. Rice: Nous avons une licence en instance devant le CRTC au titre de services spécialisés dans le cadre de notre autre entreprise, celle de TPTV, et nous sommes actuellement en train de modifier notre système. Nous prenons note des observations des gens qui ont pris part au projet pilote. Nous sommes en train d'évaluer le projet. Nous aimerions mettre sur pied un système plus interactif et nous cherchons à y intégrer de nouveaux éléments. Nous avons retenu 100 collectivités que nous nous proposons de raccorder au satellite et nous négocions à l'heure actuelle avec les gens pour que ce service soit utilisé. S'il l'est, nous installerons 100 systèmes de raccordement par satellite.

Mme McDonald: En quoi consistera ce service?

M. Rice: Ce sera un service de transmission de la voix et des données. Pour vous donner un exemple, nous avons parlé à des responsables d'entreprises telles comme l'Hydro-Québec, qui aimeraient former un certain nombre d'autochtones à la baie James. Ils sont tenus par l'Accord de la baie James du nord du Québec d'assurer cette formation. Il est très difficile d'assurer cette formation à Montréal. Il faut se rendre sur place. Le problème c'est qu'on ne peut pas faire ce que l'on veut une fois sur place. Les gens sont sur la ligne de trappe ou à la chasse. Grâce au système Seneca, il leur serait possible de dispenser une formation pour adultes, le soir, le mardi de 20 heures à 22 heures. Le coût est abordable, toutes les conditions sont raisonnables, les responsables pourraient mettre au point leurs propres émissions. Voilà le genre de chose que nous cherchons à implanter dans tout le pays.

Mme McDonald: En ce qui a trait à ce qui est transmis sur votre réseau. . . En effet, vous n'êtes pas une société de programmes, vous vous contentez d'acheminer les émissions que d'autres personnes veulent faire connaître. Vous vous contentez de fournir les moyens techniques.

M. Rice: C'est tout à fait exact.

Mme McDonald: Je vous remercie, monsieur le président.

[Texte]

The Chairman: Just before we move to Mr. Blackburn for questions, I wanted to get a little clarification, Mr. Rice. I gather from what you are saying that you are looking for viability first of all, and you are looking for a boost. You are looking for a government boost, which you believe is quite legitimate in the sense that you want various federal government departments to use your facilities to transmit their message to natives and to those who live in remote areas. You are also, if I understand you correctly, proposing to provide the transponder that is called for in the Caplan-Sauvageau report. Is that correct?

Mr. Rice: Yes, we could be that provider.

The Chairman: Are you just saying that sort of incidentally, or is that one of the purposes of your being here today?

Mr. Rice: I think there is going to be more than one transponder needed. I would not want to give the committee the impression that it is only one. Native people are starting to grow and there are a lot more things needed in the native communities. Yes, we will start by having one and then expand from there.

The Chairman: Thank you. M. Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Rice, j'ai besoin de plus de renseignements sur le système de télécommunication Seneca. Vous l'avez défini tout à l'heure comme un messenger, c'est-à-dire celui qui fait le lien entre la personne qui veut transmettre un renseignement aux autochtones et les autochtones. Est-ce bien cela?

Mr. Rice: That is correct.

M. Blackburn (Jonquière): Le gouvernement fédéral serait un des clients du système de télécommunication Seneca. Qui seraient les autres clients? Pouvez-vous nous en nommer quelques-uns?

Mr. Rice: You would have government using the service. You would have the private sector. There is a new wave going on in the country. Native people are starting to develop as business people. They have resource development, they have businesses that are starting to develop. People want to reach them, to sell some of their services, to introduce services to them.

You have educational institutes that would like to start getting involved in training native people. It is a combination of the services we have in the metropolitan and urban centres, taking those services and making them available to the communities.

M. Blackburn (Jonquière): Vous transmettez de l'information aux communautés autochtones. Le récepteur à l'autre bout est-il un téléviseur, un poste de radio ou encore un ordinateur? De quelle façon cela fonctionne-t-il en termes techniques?

[Traduction]

Le président: Juste avant de donner la parole à M. Blackburn, j'aimerais quelques éclaircissements, monsieur Rice. Je me doute, d'après tout ce que vous nous dites, que vous cherchez avant tout à assurer la viabilité du système et que vous voulez lui donner un bon départ. Vous demandez un coup de main au gouvernement, ce que vous jugez légitime puisque vous avez l'intention de demander à différents ministères du gouvernement fédéral d'utiliser vos installations pour faire passer leurs messages aux autochtones et aux habitants des régions éloignées. Si je vous comprends bien, vous avez aussi l'intention de fournir le transpondeur qui est préconisé par le rapport Sauvageau-Caplan. Est-ce bien cela.

M. Rice: Oui, nous pourrions nous en charger.

Le président: Vous nous dites cela en passant ou est-ce en fait une des raisons pour lesquelles vous vous trouvez ici aujourd'hui?

M. Rice: Je pense que nous aurons besoin de plus d'un transpondeur. Je ne veux pas donner au Comité l'impression qu'il n'y en aura qu'un. Le développement du peuple autochtone est en marche et les communautés autochtones auront besoin de bien d'autres services. En effet, nous commencerons par un et nous en ajouterons d'autres par la suite.

Le président: Je vous remercie. Je donne la parole à M. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Rice, I would like to get more information about the Seneca telecommunications system. You said before it was like a courier service, meaning that it serves as a link between the natives and the person who wants to send a message to the natives. Is it correct?

M. Rice: C'est exact.

Mr. Blackburn (Jonquière): The federal government would be a client of the Seneca telecommunications system. Who would be the other clients? Could you name a few?

M. Rice: Les gouvernements utiliseraient ce service. Le secteur privé en ferait autant. Toute une évolution se ferait sentir dans le pays. Les autochtones commencent à devenir des gens d'affaires. Ils ont les ressources naturelles, ils ont des entreprises qui commencent à se créer. Beaucoup de gens désirent s'adresser à eux, leur vendre des services, leur présenter des services.

Vous avez les établissements d'enseignement qui aimeraient dispenser des services de formation aux autochtones. Il y a tout un ensemble de services que nous avons dans les régions métropolitaines et dans les centres urbains, il faut les rendre accessibles aux différentes collectivités.

Mr. Blackburn (Jonquière): You send information to native communities. At the receiving end, what would you have, a TV set, a radio set or a computer? How do you operate, technically speaking?

[Text]

Mr. Rice: It could be through a video signal, it could be through a voice signal, it could be through a data signal. I will give you an example. If we wanted to take this copy on a backgrounder of the House of Commons Standing Committee on Communications and Culture, we could put this through our system and deliver it to all the locations at the same time. We are the only one we are aware of that was using facsimile through satellite. We have been able to develop that here in the country, where we have taken the paper and got it out, all at the same time. If you had a seminar or a hearing just like this, not being carried, and we wanted the native people to participate, we would be able to film it or record it and then send it over the system.

[Translation]

M. Rice: On peut tout aussi bien transmettre un signal vidéo, un signal sonore ou une donnée. Je vais vous donner un exemple. Si on voulait transmettre une copie de cette documentation dans le cadre d'un dossier d'information sur le Comité permanent de la Chambre des communes sur la communication et la culture, on la transmettrait au moyen de notre système et on l'acheminerait à toutes les collectivités en même temps. Nous sommes les seuls à notre connaissance à utiliser un système de transmission facsimilé par satellite. Ce système a été mis au point ici même de la conception à l'application. Prenez le cas d'un colloque ou d'une audience comme la nôtre, qui ne sont pas télévisés, si vous voulez faire participer les autochtones, il vous suffit de filmer, d'enregistrer et de transmettre par l'intermédiaire de notre système.

• 1355

What we are really doing is making native people and people living in remote parts of the country part of Canada. I have been going across this country now for 11 years. I have been into some isolated areas. People do not know what is happening out there. They ask the question, why can we not be part of Canada? What do you tell those people? That they are not important because they are too few? All they want to know is what is happening. They do not want to get newspapers that are three or four months out of date and then read them for six months. It is incredible. You should see what they have in some of these communities. They have papers in there that are two years old. They have documents that are two years old, because they are all they have. They read them over and over.

Notre entreprise intègre enfin vraiment les autochtones et les gens qui habitent dans des régions éloignées du pays au Canada. Je parcours ce pays depuis maintenant 11 ans. Je me suis trouvé dans plusieurs régions très isolées. Les gens qui y vivent ne savent pas ce qui se passe dans le reste du pays. Ils demandent: pourquoi ne ferions-nous pas véritablement partie du Canada? Que leur répondre? Qu'ils ne sont pas suffisamment importants parce qu'ils sont peu nombreux? Ils veulent simplement être au courant de ce qui se passe ailleurs. Ils ne veulent plus recevoir des journaux datant de trois ou quatre mois pour les lire ensuite pendant six mois. C'est inimaginable. Il faut voir ce qui se passe dans certaines localités. On y trouve des journaux qui datent de deux ans. On y trouve des documents vieux de deux ans, parce qu'il n'y en a pas d'autres. Les gens les lisent et les relisent.

M. Blackburn (Jonquière): Pourquoi voulez-vous sensibiliser le Comité à la situation? De quelle façon pouvons-nous intervenir pour aider le système de télécommunications Seneca? Par exemple, voulez-vous que notre Comité recommande au gouvernement d'utiliser davantage votre système? Qu'attendez-vous de nous? Quel est le besoin immédiat?

Mr. Blackburn (Jonquière): Why do you want the committee to acknowledge this problem? How could we intervene to assist the Seneca telecommunications system? For instance, do you want our committee to ask the government to make more use of your system? What do you want us to do? What is the immediate need?

Mr. Rice: I think one of the things we would like to see the committee recommend is that the Government of Canada look at the alternatives in front of it. Here is an alternative. You have people who have been saying for years they support what is happening in the native world, they believe natives are part of Canada, yet there is no direction to help native people.

M. Rice: Ce que nous aimerions que le Comité fasse, c'est qu'il recommande au gouvernement du Canada d'étudier les options qui s'ouvrent à lui. Voici l'une des options. Voilà des gens qui nous disent depuis des années qu'ils appuient les initiatives du monde autochtone, qu'ils considèrent que les autochtones font partie intégrante du Canada et pourtant, aucune politique n'est établie pour aider les autochtones.

I am speaking as a native person. When you have services, not only Seneca but other communications services, and you make applications to the government and you are told you do not have any money, you are important, and you go through all the people who are responsible for programs and who would like to deliver these programs to the communities but because they have budget restraints cannot get the people up there, there is no way of communicating with them. . . if there were a

Je parle en tant qu'autochtone. Quand on voit que des services existent, pas seulement Seneca, mais d'autres services de communication, que des demandes sont présentées au gouvernement, qu'on nous prétend importants mais qu'il n'y a pas l'argent, qu'on fait le tour des responsables de différents programmes qui se chargent de dispenser des services aux différentes collectivités et qui, en raison des restrictions budgétaires ne peuvent y envoyer personne; quand on constate qu'il n'y a aucun

[Texte]

way of communicating with them, they would be glad to communicate with the native people. We are providing a vehicle for them to do exactly that. We have shown them they could save money. They could become more efficient. They could carry on a dialogue on a daily basis with the communities.

Then you reach road-blocks. They tell you, well, because of budget constraints and because there is no money, we cannot provide such services. Yet the Government of Canada will go out and support Third World countries and deliver the same programs as we are talking about. Why can they not do that for native people? That is the question.

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie de ces précisions.

Mr. Caldwell: Mr. Rice, like some of the other members of this committee, I am not too familiar with your operation, and I did miss the first part of your presentation. You did a study, I understand. The government provided money to do a study on whether this whole idea was feasible and would be profitable.

Mr. Rice: That is correct.

Mr. Caldwell: They provided how much money to do that?

Mr. Rice: It was \$189,000.

Mr. Caldwell: What were the conclusions of the report? That this would be a viable private operation?

Mr. Rice: It concluded that it is a profitable undertaking that makes sense. It was a needed service.

One of the ironic things is the federal government in this country has identified 34,000 hours of use for the system, yet we cannot get the government to commit itself to use any hours on the system. We find it ironic. We went through 11 ministries—

Mr. Caldwell: Just a minute, Mr. Rice. When you did your study, did the government give you some kind of a commitment that they would use 34,000 hours?

Mr. Rice: We interviewed all the programming directors, regional directors, people responsible for delivery of services to native people; people who were responsible for band training, people who were responsible for roads, people who were responsible for education, people who were responsible for health care. What they did on an individual basis was they identified how many hours they individually would be able to use. When we put all the numbers together, it was staggering, because it was in the thousands. They saw how they could save money. Yet we do not seem to be moving forward. I do not understand it.

[Traduction]

moyen de communication et que si on leur fournissait un moyen de communication, ils seraient heureux d'entrer en communication avec les autochtones, eh bien, on se dit, vous avez là exactement le véhicule qui vous convient. Nous leur avons démontré que ce système leur ferait économiser de l'argent. Ils y gagneraient en efficacité. Ils pourraient maintenir le dialogue au jour le jour avec les différentes collectivités.

C'est alors qu'on rencontre les obstacles. On vous répond qu'il est impossible de dispenser les services en raison des restrictions budgétaires et parce qu'on manque de crédits. D'un autre côté, le gouvernement du Canada va aider les pays du Tiers monde et leur offrir précisément les mêmes programmes. Pourquoi ne pas le faire pour les autochtones? Voilà la question que nous posons.

Mr. Blackburn (Jonquière): I thank you for your comments.

M. Caldwell: Monsieur Rice, comme plusieurs autres membres de ce Comité, je ne suis pas très au courant de vos activités et je n'ai pas entendu la première partie de votre exposé. Si je comprends bien, vous avez effectué une étude. Le gouvernement a fourni de l'argent pour qu'on puisse déterminer si l'idée était bonne et si le projet serait rentable.

M. Rice: C'est exact.

M. Caldwell: Combien d'argent a-t-on versé à ce titre?

M. Rice: C'était 189,000\$

M. Caldwell: Quelles ont été les conclusions du rapport? Est-ce que l'opération sera commercialement rentable?

M. Rice: On a conclu que l'opération serait rentable et présentait un grand intérêt. Le service correspond à un besoin.

Le plus drôle, c'est que le gouvernement fédéral a fixé à 34,000 heures les besoins d'utilisation du système alors qu'il nous est impossible d'amener le gouvernement à s'engager sur un nombre quelconque d'heures d'utilisation. Ça nous paraît paradoxal. Nous avons fait le tour de 11 ministères. . .

M. Caldwell: Un instant, monsieur Rice. Au moment de votre étude, le gouvernement s'était-il d'une façon ou d'une autre engagé pour 34,000 heures d'utilisation?

M. Rice: Nous nous sommes entretenus avec tous les directeurs de programmes, les directeurs régionaux, les gens chargés de dispenser des services aux autochtones, les responsables de la formation dans les bandes, les personnes chargées de la construction des routes, les gens chargés de l'éducation, les responsables de la santé. Tous ont défini le nombre d'heures d'utilisation dont ils auraient besoin. Nous avons fait le total et nous avons obtenu un chiffre énorme, dans les milliers d'heures. Tous y voyaient un moyen d'économiser de l'argent. Pourtant, il ne semble pas que nous progressions. Je ne comprends pas.

[Text]

[Translation]

• 1400

Mr. Caldwell: But did you get firm contracts that you would be able to get these people to use your service, or did you go ahead on the basis of gathering all this data and saying well, it looks like the system will work? What kind of a commitment did you have, to go out and spend \$30 million on an outfit that now you say cannot get some returns on it?

Mr. Rice: We have not spent the \$30 million. We would like to spend the \$30 million. We have not built the system. That is number one. Number two—

Mr. Caldwell: I am trying to learn what is happening here. You have not built this thing yet?

Mr. Rice: No, and we are not sitting here asking for guarantees and we are not sitting here looking for hand-outs. What we are saying to you is that we have an effective way of communicating with the native people and helping some of the broadcasting problems in this country, some of the communications problems that face native people. We are one of the solutions. We are not saying we are the only solution. We are saying that we would like to see the government react to native needs and solve some of the problems. We are prepared as a private business to build the network to help them solve some of these problems.

Mr. Caldwell: So you are willing to build it if the government will use the services? Is that what it boils down to?

Mr. Rice: Yes.

Mr. Caldwell: And if the government does not use the services then you cannot be profitable?

Mr. Rice: No, that is not the case at all. The private sector will also use it. The problem is that we will not be serving the native people. It will be more an interactive communications network. Again, the native people will not be part of it.

Mr. Caldwell: Are you going to provide the money for the remote receiving stations as well? Is that part of the deal?

Mr. Rice: We provide the funds for the complete system.

Mr. Caldwell: How much will the \$30 million cover—how many areas, how many centres?

Mr. Rice: The \$30 million represents about 500 areas in the country.

Mr. Caldwell: How much does it cost to put one of those in each area?

Mr. Rice: Around \$25,000.

Mr. Caldwell: And where does it become profitable or where is the break-even mark of use in that particular area? If it is \$25,000, then you would have to have a fair amount of usage of that system to make it in any way profitable.

M. Caldwell: Mais avez-vous obtenu des contrats fermes vous permettant de dire que votre service sera utilisé ou avez-vous procédé parce que toutes ces données vous portaient à croire que le système fonctionnerait? Sur la foi de quels engagements avez-vous dépensé 30 millions de dollars pour une installation qui n'est maintenant plus rentable d'après vous?

M. Rice: Nous n'avons pas encore dépensé ces 30 millions de dollars, nous aimerions le faire. Nous n'avons pas construit de système. Premièrement, nous n'avons pas construit un système. Deuxièmement, . .

M. Caldwell: Je tente justement de m'informer. Ce système n'a pas encore été construit?

M. Rice: Non, nous ne venons pas ici demander des garanties ou des cadeaux. Nous disons simplement que nous disposons d'un moyen de communication efficace avec les autochtones et que nous pourrions contribuer à résoudre certains des problèmes qui existent dans notre pays dans le domaine de la radiodiffusion. Nous sommes une solution parmi d'autres. Nous ne prétendons pas être la seule. Nous voudrions que le gouvernement tienne compte des besoins des autochtones et règle certains problèmes. En tant qu'entreprise privée, nous sommes disposés à construire le réseau qui lui permettra de le faire.

M. Caldwell: Vous êtes donc disposé à le construire si le gouvernement s'en sert? C'est à cela que cela revient?

M. Rice: Oui.

M. Caldwell: Et si le gouvernement n'a pas recours à vos services, votre entreprise ne peut être rentable?

M. Rice: Non, pas du tout. Le secteur privé s'en servira également. Le problème est qu'ils ne desserviront pas les autochtones. Il s'agira plutôt d'un réseau de communications interactif. Encore une fois, les autochtones en seront écartés.

M. Caldwell: Allez-vous également fournir les fonds pour les stations de réception éloignées? Cela fait partie du projet?

M. Rice: Nous finançons tout le système.

M. Caldwell: Combien de régions ces 30 millions de dollars permettront-ils de couvrir?

M. Rice: Ces 30 millions de dollars représentent environ 500 endroits au pays.

M. Caldwell: Combien coûte l'installation à chaque endroit?

M. Rice: Environ 25,000\$.

M. Caldwell: Et quel est le seuil de rentabilité? Si l'installation coûte 25,000\$, il faudra un taux d'utilisation assez élevé pour que ce soit rentable.

[Texte]

Mr. Rice: We need about 6,000 hours a year of usage of the system.

Mr. Caldwell: So in conclusion, if the government does not get involved and does not feel that this is the type of thing they want to get involved in, then your project may not get off the ground? Is that the bottom line?

Mr. Rice: No, the project is still getting off the ground. What I am saying to you is that the native communities will not be served.

Mr. Caldwell: But how are you going to build a system that does not pay for itself? Where is the money going to come from?

Mr. Rice: It will be more a private communications network, servicing the southern parts of Canada as opposed to native and remote areas of Canada.

The Chairman: Mr. Rice, we are going to ponder just how this fits into our studies on broadcasting policy, and we thank you for appearing here today.

Mr. Rice: Thank you for having us.

Le président: Nous entendrons maintenant les représentants de la Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma. Nous souhaitons la bienvenue à MM. Gélinas et Desrosiers. Messieurs, vous avez la parole.

M. Pascal Gélinas (président de la Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma): Monsieur le président, membres du Comité, la Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma est heureuse de pouvoir témoigner devant vous, d'autant plus que nous représentons le groupe d'artisans et de professionnels le plus directement impliqué dans les questions qui ont été soumises au Comité pour étude.

Nous désirons témoigner de notre vive satisfaction de ce que les recommandations contenues dans votre rapport de mai 1987 offrent un portrait d'ensemble fort encourageant de ce que devrait être une nouvelle Loi sur la radiodiffusion. Nous sommes par ailleurs déçus que la ministre des Communications, M^{me} Flora MacDonald, ait si mal accueilli ce rapport. Nous étions de cette coalition qui dénonçait ici même, il y a deux jours, les tergiversations du gouvernement actuel non seulement sur une loi, mais sur une politique vigoureuse qu'exige la situation présente.

• 1405

En mai dernier, en préparation à cette deuxième partie des travaux du Comité, nous vous avons adressé un mémoire qui abordait certains chapitres du rapport du groupe de travail dirigé par MM. Sauvageau et Caplan.

Notre fonction stratégique en matière de conception et de production télévisuelle et cinématographique nous

[Traduction]

M. Rice: Nous avons besoin d'environ 6.000 heures d'utilisation par année.

M. Caldwell: En conclusion, si le gouvernement décide de se tenir à l'écart, votre projet ne pourra peut-être pas se réaliser? C'est ce qui importe en fin de compte?

M. Rice: Non, le projet sera quand même réalisé. Je dis simplement que les collectivités autochtones ne seront pas desservies.

M. Caldwell: Mais comment allez-vous construire un système sans financement? D'où viendra l'argent?

M. Rice: Il s'agira plutôt d'un réseau de communications privées desservant le sud du Canada plutôt que les autochtones et les régions isolées du Canada.

Le président: Monsieur Rice, nous allons réfléchir à la façon dont votre intervention s'insère dans notre étude de la politique de radiodiffusion et nous vous remercions d'avoir comparu aujourd'hui.

M. Rice: Merci beaucoup de m'avoir accueilli.

The Chairman: We will now hear the representatives of the *Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévisions et de cinéma* (Federation of Professional Television and Film Directors). We are welcoming Messrs. Gélinas and Desrosiers. You have the floor.

Mr. Pascal Gélinas (Chairman of the Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma): Mr. Chairman, Members of the Committee, it is a pleasure for the *Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma* to appear before you, all the more so because we represent the group most directly involved in the subject matter of your study.

We wish to say that we are very pleased that the recommendations contained in your May 1987 report offer a very encouraging description of what a new Broadcasting Act should be. However, we were disappointed with the Minister of Communications; Miss Flora MacDonald, reaction to it. We were part of the coalition which was denouncing two days ago the government's shuffline, not only in terms of an act, but also of the vigorous policy required in the present circumstances.

Last May, in preparation for this second phase of your study, we submitted to you a brief dealing with some chapters of the report of the task force presided by Messrs. Sauvageau and Caplan.

Our strategic role, as far as television and film producing and directing is concerned, brings us to

[Text]

amène à insister sur certains aspects particuliers que les membres du Comité voudront peut-être explorer avec nous à l'occasion de cette comparution.

Quand nous parlons d'un cadre de création, par exemple, nous voulons dire que le système de radiodiffusion, à défaut de la loi, doit faire place aux créateurs et assurer un espace et un contexte de production favorisant la création. Actuellement, le système se rétrécit de l'intérieur à un point tel que les projets comportant une forte dose de commercialisation reçoivent une bien meilleure attention que ceux qui procèdent d'impératifs sociaux ou culturels.

Cette tendance lourde a gagné les institutions publiques de la télévision et du cinéma qui se font maintenant fort timides face à leur mission principale de favoriser une production canadienne authentique et de qualité.

Une production authentique, parce que le modèle américain s'impose de plus en plus comme une norme, aux dépens de valeurs et de procédés qui avaient pourtant donné une saveur particulière à notre télévision et à notre cinéma. Et vous me permettrez sans doute d'ajouter: au Québec davantage!

Une production de qualité, parce que, très tôt, dans cette histoire moderne des communications, le public avait pu goûter des oeuvres soutenues par un effort important d'imagination et de ressources, les ingrédients principaux de la qualité des produits.

Or, les temps changent, bien sûr, et les certitudes d'hier s'effritent. . . Pourtant, les mêmes défis se posent si nous voulons encore répondre aux exigences d'aujourd'hui et de demain.

Nous voulons résumer nos positions sur les principaux points à l'étude devant vous:

—La radiodiffusion québécoise et francophone doit être considérée comme une réalité spécifique et bénéficier d'une parité de ressources.

—Radio-Canada doit être confirmée dans son mandat social et culturel. À cet égard, la rigidité des structures, la concentration des ressources, la tentation de céder aux enjeux de la concurrence des auditoires et le transfert accéléré d'une large partie de sa production au secteur privé constituent des entraves certaines que le resserrement des crédits budgétaires a accentuées.

—L'Office national du film doit conserver son rôle moteur de production à fonction sociale et culturelle et continuer de favoriser la recherche et l'expérimentation de nouvelles formules.

—Téléfilm Canada doit offrir de meilleures perspectives aux artisans et aux créateurs dans sa position actuelle d'agent financier principal dans le domaine de la production indépendante.

—La télévision privée doit contribuer au renforcement du système de radiodiffusion, que ce soit en matière de qualité, de contenu canadien ou de service local.

[Translation]

emphasize on specific issues which committee members may want to explore with us today.

When we talk of an environment for creation, for example, we mean that the broadcasting system, if not the act, must make room for creators and ensure that the production environment promotes creativity. For the time being, the system is shrinking so much from within that highly commercialized projects get much more attention than those coming from social or cultural needs.

Public television and film institutions are also starting to follow that trend and are now becoming very hesitant towards their main mission which is to promote authentic Canadian productions of high quality.

Authentic productions because the American model is becoming more and more a standard at the expense of values and processes which had, nevertheless, given a unique touch to our television and film industry. And you will no doubt permit me to add: even more so in Québec!

Productions of high quality because since the very beginning of the history of modern communications, the public has been able to enjoy products resulting from a major effort in creativity and hard work, the main ingredients of quality.

But of course, times change, and assertities of yesterday start to crumble. . . Still, we face the same challenges if we want to meet today's and tomorrow's needs.

We would like to state briefly our position on the main issues you are studying:

—Québec's French-speaking broadcasting has to be considered as a distinct reality and benefit from equal resources.

—Radio-Canada's social and cultural mandate has to be confirmed. In this respect, rigid structures, concentration of resources, the temptation to try to compete for viewers and the accelerated transfer of a large part of its production to the private sector are definite obstacles that budget cuts only amplify.

—The National Film Board must remain a production centre having a social and cultural mission and continue to promote research and experimentation.

—Téléfilm Canada must offer better opportunities to creators as the main financial source for independent production.

—Private television must do its share in reinforcing the broadcasting system in terms of quality, Canadian content or local services.

[Texte]

—Le secteur communautaire de la radiodiffusion doit être intégré aux objectifs et aux modes d'exploitation et de financement du système.

—La Loi sur le droit d'auteur, présentement en révision, doit faire juste place à tous les créateurs et, en particulier, reconnaître les réalisateurs et les réalisatrices comme les auteurs véritables des oeuvres télévisuelles et cinématographiques.

Si nous abordons cette question du droit d'auteur en dernier lieu, c'est qu'elle soulève à nouveau la nécessité de reconnaître et de consacrer le rôle déterminant des créateurs—nous en représentons ici près de 500—, des créateurs qui font quotidiennement, dans leur vie et leur travail, acte de foi dans la nécessité vitale, pour le public, d'être alimenté sainement. Ni le *fast food*, ni les aliments en conserve ne répondent à ces besoins.

Permettez-moi, en terminant, de vous présenter celui qui m'accompagne aujourd'hui. Il s'agit de Robert Desrosiers, réalisateur à Radio-Québec et directeur exécutif à notre fédération. Nous sommes maintenant à votre disposition pour répondre à vos questions.

Le président: Merci, monsieur Gélinas. Monsieur Caldwell.

• 1410

Mr. Caldwell: I shall be asking the questions in English if you do not mind. If I spend a couple of more days in Montreal I will be able to speak a little bit better in French.

We have heard from some of the groups that have been before us the fact it is cheaper to make films in Quebec than it is in English-speaking Canada, and of course it is cheaper to make them in English-speaking Canada than in Hollywood. Why is that? Let us say it is a film of equal quality or craftsmanship. What causes that difference?

Mr. Gélinas: If you say it is cheaper in Quebec we could say it is a fact, but it is not a law. It is not something that is a reality on a production basis. I think the context has created such a situation but nothing says that it is cheaper or could be cheaper here. I think it is strictly a phenomenon of *auditoire*. I think the population is smaller here, and because of that the amount of money has been more limited on a budget basis.

TV production is a completely different question, of course. I think it has been underlined in the last few days here. There is a big problem for the budget equivalence in French and in English. A lot of reasons could be given for that by Mr. Juneau or Mr. Delaney. Usually the argument is that there are fewer French-speaking people in Canada so there should be less money given to the production. Or another argument is that because the English Canadian public are competing with the American production they have to be given more money to have a better quality production.

[Traduction]

—The community broadcasting system must be taken into account in the objectives and modes of financing of the system.

—The Copyright Act, now being reviewed, must make room for all creators and, in particular, recognize that producers and directors are the true creators of television and film productions.

We raise this issue as our last comment because it brings us back to the need to recognize the determining role of creators—and we represent here almost 500—who demonstrate prove daily, through their work and their life, their belief that it is vital to provide the public with healthy food. These needs will not be met with fast food or canned food.

In concluding, let me introduce my colleague who is with me today. Robert Desrosiers is a Radio-Québec producer and Executive Director of our Federation. We are now available for questions.

The Chairman: Thank you, Mr. Gélinas. Mr. Caldwell.

M. Caldwell: Si vous le permettez, je vais poser mes questions en anglais. Je crois que je pourrai parler un peu mieux le français si je passe quelques jours de plus à Montréal.

Quelques-uns des groupes qui ont témoigné devant nous nous ont révélé qu'il en coûtait moins cher pour réaliser des films au Québec qu'au Canada anglais et, bien sûr, qu'il en coûtait aussi moins cher de les faire au Canada anglais qu'à Hollywood. Y a-t-il une raison à cela? Supposons que ce soit un film d'une qualité égale. Qu'est-ce qui fait toute la différence?

M. Gélinas: Si vous dites qu'il en coûte moins cher au Québec, nous pourrions répondre qu'il en est ainsi, mais ce n'est pas obligatoire. Ce n'est pas la réalité dans chaque cas. Selon moi, cette situation est imputable au contexte mais rien ne dit que c'est moins cher ici ou que ce pourrait l'être. Il s'agit strictement d'un phénomène d'auditoire. À cause de notre petite population les sommes allouées au budget des films ont été plus restreintes.

Bien entendu, la production d'émissions de télévision est une question complètement différente. Je crois que cela a été souligné ici au cours des derniers jours. L'équivalence des budgets en français et en anglais suscite de grosses difficultés. M. Juneau ou M. Delaney pourrait en donner beaucoup de raisons. Généralement, on nous sert l'argument que les budgets de nos productions doivent être moins élevés à cause de la taille moins importante de la population francophone au Canada. Ou alors, on nous répond que le Canada anglais doit avoir plus d'argent pour réaliser des émissions de meilleure qualité à cause de la concurrence américaine.

[Text]

I think in both cases it is completely irrelevant, because you have as many programs to produce in French and as you do in English, 24 hours a day. It is the same in English and in French, and it is as easy for a French-speaking spectator to switch off to an American program or an English Canadian program or an American series dubbed in French.

Mr. Caldwell: Let me ask you this. I am sure you have been in the film business for some time. Are you changing your approach, changing your direction, as far as making films, whether they be for television or for movie theatres, from 10 years ago to the type of approach you are taking now? Do you go in now with the idea in mind of international appeal, rather than just producing or directing a film for the Quebec audience? Do you say, I am going to make a product which is saleable to the rest of Canada or to the masses in general?

Mr. Gélinas: I think this is a very important question, because this is going on right now and we have to deal with it. First of all, we have an industry that is getting bigger and bigger. We have productions that are getting bigger and bigger. We have producers that are getting bigger, and because of that the private producers find an international market quite appealing. There is a danger there. There is a danger to create a product that will be diluted, where the cultural—

Mr. Caldwell: You do not want to become sausage makers?

• 1415

Mr. Gélinas: I do not say that this should not exist or that this is completely bad, but you have, for example, *Le Déclin de l'empire américain* or *Un Zoo la nuit*, which are films that are authentically, culturally from Quebec, but they are tremendous successes. So these two tendencies are going on.

If I am a film-maker, I could say I will put all my efforts into doing a project that is excellent on the basis of my cultural background, or I could say I will make a film where anybody could be. . .

N'importe qui pourrait s'identifier à ce produit-là, que ce soit un Australien, un Américain, un Français, un Québécois ou un Canadien anglais.

There is a danger there, of course, because we deal with an industry that, because the public is very small in Canada, is aiming at an international market; but it is not a solution as such for our culture, for our identity.

Mr. Caldwell: With one of our witnesses this morning, Mr. Vinet from Télé-Métropole, I had the same discussion on this particular matter, along the same lines. I gather from what he was saying, because he is in the TV business, that they want a program that is very popular and therefore keep it very Quebec, very French, because that is going to appeal to his audience. But if you do that then you are cutting off the other part of some of the sales

[Translation]

Selon moi, la question est tout à fait immatérielle dans les deux cas à cause du nombre égal d'émissions qu'il faut produire en français ou en anglais, 24 heures par jour. C'est la même chose en anglais et en français et il est aussi facile pour un auditeur francophone d'écouter une émission américaine, une émission produite au Canada anglais ou une série américaine doublée en français.

M. Caldwell: Permettez-moi une question. Vous travaillez sans doute dans l'industrie cinématographique depuis un bon bout de temps. En ce qui touche la réalisation de films, adoptez-vous une méthode différente, qu'ils soient destinés à la télévision ou au cinéma, de celle que vous preniez il y a dix ans? Produisez-vous un film seulement pour un auditoire québécois ou pour intéresser un auditoire international? Vous dites-vous que vous allez produire un film qui est exportable auprès du reste du Canada ou du grand public en général?

M. Gélinas: C'est là une question très importante car c'est ce qui se passe à l'heure actuelle et nous devons y faire face. En premier lieu, notre industrie cinématographique prend de plus en plus d'importance. Nous avons des productions qui commandent des budgets de plus en plus importants. Nos réalisateurs jouissent d'une plus grande réputation et pour cette raison, les réalisateurs privés trouvent le marché international très attirant. Cependant, il y a un danger de créer un produit qui sera dilué, dont l'aspect culturel. . .

M. Caldwell: Vous ne voulez pas devenir des fabricants de saucisson?

M. Gélinas: Je ne dis pas que cela ne devrait pas exister ni que c'est complètement mauvais. Prenez, par exemple, *le Déclin de l'empire américain* ou *Un zoo la nuit*. Ce sont des films authentiquement et culturellement québécois qui remportent un succès incroyable. On constate donc que ces deux tendances se poursuivent.

Si je suis un réalisateur, je pourrais m'efforcer de produire un film excellent compte tenu de mes antécédents culturels, ou bien je pourrais produire un film qui s'adresserait à n'importe qui. . .

Anybody could identify to such a product, whether he is an Australian, an American, a Frenchman, a Quebecer or an English-speaking Canadian.

Bien sûr, il y a un danger à cela, car nous avons affaire à une industrie qui, à cause de la population très restreinte au Canada, vise un marché international; cependant, cette solution ne répond pas en elle-même à nos besoins culturels ni à notre identité.

M. Caldwell: Ce matin, j'ai eu à peu près le même échange sur ce sujet avec l'un de nos témoins, M. Vinet de Télé-Métropole. D'après ce qu'il m'a dit, et parce qu'il travaille dans le domaine de la télévision, je crois comprendre que son but est d'offrir une émission qui est très populaire tout en la conservant très québécoise et très française afin d'attirer son auditoire. En procédant de cette façon, vous vous privez d'une partie des ventes que

[Texte]

you might be able to make if you had more mass appeal. So I suppose that is where you are caught. If you want to sell to Télé-Métropole, then you have to make what they want; on the other hand, you are not going to get the mass appeal if you do that.

Mr. Gélinas: You are putting the question to me, but the question should be answered by many more people, because—

Mr. Caldwell: Well, you are the one right there now.

Mr. Gélinas: Yes, you are right. But I think the first goal of film and TV production in the country should be to nourish the public specifically. So the first goal is really to achieve that. If we fall into a universal gravy where anything could be in the product because it could be sold anywhere else, then maybe I will make a bit more money on the basis of my production, but what is the result exactly? Am I really nourished if I see *La Loi de Los Angeles* in French on Radio-Canada, or if I see a *téléroman* done here? I think there is a big difference.

Mr. Caldwell: What you are saying is that you do not want to sell your soul but you also want to make money. You have to make it profitable, and that is where the thin line comes in.

Mr. Gélinas: I think Mr. Arcand and Mr. Lauzon did not sell their souls, and they will make money, if it is not a fact yet—and still they have made something authentically from Quebec or from Canada, depending on the point of view.

Mr. Caldwell: Is double-shooting feasible from your point of view, or is it just too much of a hassle?

Mr. Gélinas: *Bonheur d'occasion* used that technique, and maybe other productions. It does not seem to be very efficient, because my personal belief is that you should shoot a film in the language of the cultural background from which it is issued and then make a very good translation of it. It is very costly to do a double shooting.

Mr. Caldwell: Mr. Desrosiers, you look like you are getting ready to make a comment.

Mr. Robert Desrosiers (Executive Director, La Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma): No, not yet. It is coming up.

Mr. Gélinas: I would like to present Mr. Daniel Gourd, who just joined us.

Daniel est réalisateur à l'émission *Le Point* de Radio-Canada et également vice-président de l'Association des réalisateurs de Radio-Canada.

Le président: Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Les membres de votre association travaillent-ils autant pour le compte de producteurs indépendants que pour la télévision, privée ou publique?

[Traduction]

vous pourriez faire si votre produit présentait un intérêt plus général. Voilà donc, je suppose, le dilemme dans lequel vous vous trouvez. Si vous vendez votre produit à Télé-Métropole, vous devez faire à son goût; par contre, vous n'allez pas intéresser autant de gens.

M. Gélinas: Vous me posez la question à moi, mais une foule d'autres personnes devraient y répondre parce que. . .

M. Caldwell: C'est vous qui êtes sur la sellette.

M. Gélinas: Vous avez raison. Selon moi, la production de films et d'émissions télévisées au pays devrait avoir principalement pour but de nourrir le public. Voilà donc le premier but qu'il faut réellement atteindre. Si nous tombons dans une marmite universelle dans laquelle on pourrait offrir n'importe quoi parce que cela pourrait se vendre partout ailleurs, je vais peut-être faire un peu plus d'argent mais à quoi aboutirons-nous exactement? Serais-je réellement rassasié après avoir vu *La loi de Los Angeles* en français à Radio-Canada ou un *téléroman* réalisé au Québec? Je crois qu'il y a là une différence énorme.

M. Caldwell: En deux mots, vous ne voulez pas vendre votre âme mais vous voulez aussi faire de l'argent. Votre entreprise doit être rentable mais la ligne à franchir est très ténue.

M. Gélinas: MM. Arcand et Lauzon n'ont pas rendu leur âme et ils feront des bénéfices, si ce n'est déjà fait, et pourtant, leur produit est authentiquement québécois ou Canadien, selon le point de vue.

M. Caldwell: D'après vous, est-ce trop de tracas que de faire un double tournage?

M. Gélinas: Nous l'avons fait pour *Bonheur d'occasion* et sans doute pour d'autres. Cela ne semble pas très efficace. À mon humble opinion, on devrait tourner un film dans la langue du pays d'où il provient puis en faire une très bonne traduction. Les double tournages sont très dispendieux.

M. Caldwell: Monsieur Desrosiers, vous donnez l'impression de vouloir faire une observation.

M. Robert Desrosiers (directeur général, La fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma): Non, pas tout de suite, cela viendra.

M. Gélinas: J'aimerais signaler la présence de M. Daniel Gourd, qui vient tout juste d'arriver.

Daniel is the producer of the program *Le Point* at Radio-Canada and he is also Vice-President for *l'Association des réalisateurs de Radio-Canada*.

The Chairman: Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Are the members of your association working as much for independent producers than for public or private television.

[Text]

[Translation]

• 1420

M. R. Desrosiers: La Fédération représente tous les réalisateurs qui veulent bien y adhérer. Donc, il y a à peu près parité entre le secteur privé et le secteur public.

M. Gélinas: Vous avez d'ailleurs une liste de tous nos membres à la dernière page de notre mémoire. Ils travaillent tant à la télévision publique qu'à la télévision privée, tant dans le secteur public du film, c'est-à-dire l'ONF, que dans le secteur privé du film, c'est-à-dire l'ARRFO. Il y a également des personnes qui ne sont pas regroupées dans... Il y a également toute la télévision privée régionale. Donc, nous représentons à peu près tous les réalisateurs au Québec et en Acadie.

M. Blackburn (Jonquière): Au sein de votre association, avez-vous pu constater des différences appréciables en termes de conditions de travail dans les différents secteurs où vos membres travaillent? Y a-t-il des différences énormes entre le secteur privé, le secteur public et le secteur indépendant en ce qui concerne la création artistique?

M. R. Desrosiers: Il y a sûrement des différences. Pour ma part, je représente le secteur de la télévision publique. On n'a pas généralement les mêmes critères de travail. Dans les institutions publiques, les réalisateurs ont le réflexe de répondre davantage aux besoins du public. Certaines contraintes sont imposées aux réalisateurs des télévisions privées qui, normalement, sont plutôt axées vers la notion de profit.

Donc, chez les réalisateurs qui travaillent dans les institutions publiques, il y a ce réflexe. Quand on me donne un budget ou un mandat de réalisation, j'en discute plus longuement avec mes patrons du secteur public que je ne pourrais le faire dans le secteur privé. Il y a une espèce de sauvegarde dans le secteur public. Il est possible de créer des normes de travail ou des critères de qualité. Il y a une plus grande surveillance du calibre intellectuel des émissions qu'on fait. Cette qualité est à l'occasion sacrifiée par les producteurs du secteur privé. Le débat n'est pas le même, si on veut.

M. Gélinas: Nous regroupons également tous les réalisateurs des télévisions régionales, c'est-à-dire Sherbrooke, Trois-Rivières, Rimouski, Rouyn, etc. Pour ces gens-là, il est bien certain que les conditions de production sont beaucoup plus restreintes qu'elles ne le sont pour les gens de Montréal. La majorité de nos membres est à Montréal, mais puisqu'on regroupe à peu près tous les réalisateurs, ceux-là sont très intéressés à se regrouper avec nous, d'une part pour obtenir un certain perfectionnement professionnel et, d'autre part, pour échanger sur cette question de normes et essayer de relever les normes dans leurs propres centres de production. Donc, il y a des différences très grandes.

M. Daniel Gourd (vice-président exécutif de la Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices

Mr. R. Desrosiers: The federation represents any film director or television producer who wishes to become a member. So roughly equal numbers of our members work for the private and public sectors.

Mr. Gélinas: In fact, on the last page of our brief there is a list of all our members. They work for both public and private television, as well as in the public film sector—the NFB—and the private film sector—the *Association des réalisateurs et réalisatrices de film du Québec*. Our membership also includes people who are not included... The whole private regional television sector is also represented. We therefore represent nearly all film directors and television producers in Quebec and in the French-speaking communities in the Maritime provinces.

Mr. Blackburn (Jonquière): Has your federation noted significant differences in working conditions among the various sectors in which its members work? Is artistic creation seen very differently in the private, public and independent sectors?

Mr. R. Desrosiers: Certainly differences exist. I represent the public television sector, whose production criteria usually differ from those of other sectors. Directors and producers working for public agencies are more oriented toward meeting the needs of the public. Producers working for private television stations, which are usually more profit-oriented, face certain limitations.

So we can see that orientation of directors and producers working for public agencies. When I receive a budget or programming directives, in the public sector I go over them with my superiors in more detail than I could in the private sector. The public sector benefits from a type of safeguard: working standards or quality criteria may be established. The intellectual calibre of programs produced is more closely scrutinized. Sometimes private sector directors and producers sacrifice this quality. Let us say that their orientations differ.

Mr. Gélinas: Our federation also includes producers from regional television stations in Sherbrooke, Trois-Rivières, Rimouski and Rouyn, for example. Obviously, these people do work under much more limiting conditions than their colleagues in Montreal. Most of our members are located in Montreal; however, since our federation includes nearly all directors and producers, regional television station producers are very interested in joining, firstly to get some professional development training and secondly, to discuss the issue of standards and endeavour to raise their own production centres' standards. There are very wide variations.

Mr. Daniel Gourd (Executive Vice-President, Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices

[Texte]

de télévision et de cinéma, et réalisateur à Radio-Canada): Il y a une très grande différence entre le secteur privé et le secteur public quant au rôle du réalisateur. Dans le secteur privé, le projet est souvent très avancé au niveau de sa définition, de son contenu, des paramètres de production, du budget, des marchés qu'on veut rejoindre au moment où le réalisateur y est associé de façon concrète. Ce n'est pas vrai en général, mais c'est vrai pour une grande partie des productions: on embauche souvent le réalisateur pour faire un emballage. Voici le produit grosso modo; on a choisi le scénariste, on a déjà écrit la série, on a choisi les comédiens ou les gens qu'on veut interviewer s'il s'agit d'un documentaire ou autre; s'il te plaît, prends cela et fais un emballage. Donc, en termes d'intervention, de création et d'*input* dans la production, le réalisateur a un rôle beaucoup moins concret, en général, à la télévision privée. Dans le secteur public, il est associé au projet dès le départ. C'est une différence qui, à mon avis, est fondamentale.

M. Blackburn (Jonquière): Cette semaine, les représentants du Cartel intersyndical des employés de la Société Radio-Canada nous faisaient part de leurs craintes concernant les budgets alloués à la production d'émissions françaises comparativement aux budgets alloués aux productions anglaises. On nous donnait les coûts horaire, et on précisait que les budgets des productions françaises avaient diminué alors que les budgets des productions anglaises avaient presque doublé en l'espace de six ou sept ans. Les réalisateurs sont-ils préoccupés par cette situation-là ou s'ils croient qu'elle est normale, étant donné que le bassin des francophones est moindre et que, pour cette raison, on doit accepter de faire mieux avec moins d'argent?

• 1425

M. Gourd: Je pense que la préoccupation d'essayer de faire plus et mieux avec moins d'argent est louable dans le contexte général que l'on connaît en Amérique du Nord et au Canada. On a tous des problèmes de décroissance budgétaire. Par ailleurs, le réseau français a toujours eu, à cause de la règle de l'application du prorata de la population, moins d'argent que le réseau anglais.

Quand vous faites des ponctions sur une entreprise qui déjà, pour produire un nombre d'émissions à peu près comparable, a moins de moyens, quand vous lui enlevez, par exemple, 10 p. 100 d'un budget qui est déjà moins élevé, toutes proportions gardées, c'est plus exigeant pour ce groupe que pour le groupe qui a plus. Quand on réduit de 10 p. 100 un budget de 5 millions de dollars pour produire 24 heures de télévision, c'est moins éprouvant que quand on réduit de 10 p. 100 un budget de 1 million de dollars pour produire le même nombre d'heures. C'est une règle mathématique fondamentale.

M. Blackburn (Jonquière): À votre avis, est-ce qu'on y perd en termes de qualité? Est-ce que les francophones y perdent en termes de qualité?

M. Gourd: Je peux vous dire qu'actuellement, au réseau français de Radio-Canada—la plupart des gens sont

[Traduction]

de télévision et de cinéma, and CBC director): The role of the director or producer in the private sector is very different from that in the public sector. Often, by the time a director or producer actually starts working on a private sector production, the project, its content, production variables, budget and target markets are well defined. For most of these productions, if not all, the director or producer is hired to do the packaging. This person is handed a roughed-out product—the script writer has been chosen, the episodes written and the actors or documentary program interviewees selected—and asked to wrap it up. Generally, then, the director's or producer's participation, input and creative role are much less concrete in private television production. In the public sector, directors are involved in projects from the start. In my opinion, this is a basic difference.

Mr. Blackburn (Jonquière): This week, representatives of the *Cartel intersyndical des employés de la Société Radio-Canada* expressed to the committee their concerns about the relative size of budgets allocated to French-language and English-language programming. Hourly costs were cited, and we were informed that in six or seven years, budgets for French-language programming had been reduced, while those for English language programming had been nearly doubled. Is this situation of concern to directors and producers, or do they feel that it is normal, that the French-speaking population's smaller numbers mean that it must manage to do more with less?

Mr. Gourd: In the overall North-American and Canadian context at the moment, I think that the focus on doing more and doing better with less money is praiseworthy. Everyone is having problems with budget reductions, and pro-rating of funding to population has always meant that the French-language network has had less money than the English-language network.

For example, when you make inroads of 10% on the already-reduced budget of a group that has fewer resources available to produce roughly the same number of programs, all else being equal, this group will have more difficulty than another, better-endowed group. It is a basic mathematical principle that a 10% reduction in a \$5 million budget to produce 24 hours of television programming is less of a challenge than a 10% reduction in a \$1 million budget to produce the same number of hours of programming.

Mr. Blackburn (Jonquière): Do you think the quality is suffering? Are francophones losing out on quality?

Mr. Gourd: I can tell you that right now—and most people, not only producers, agree—the CBC French-

[Text]

d'accord là-dessus, et pas seulement les réalisateurs—on est à la limite des limites. On a des caméramen en studio qui n'ont jamais fait de caméra parce que le programme de mise à la retraite anticipée que Radio-Canada a mis sur pied pour pouvoir faire face aux exigences budgétaires a fait que tous les bons caméramen sont partis et qu'on n'a plus suffisamment de caméramen pour faire des émissions studio. Vous avez trois caméramen en studio et il y en a un seul qui a fait de la caméra. Vous lui dites: *Zoom in*. Il répond: Par où dois-je passer dans la caméra pour faire mon *zoom in*? Plan moyen? Il n'a jamais entendu parler de cela. Les choses en sont là. On a du personnel pas suffisamment préparé pour prendre la relève du personnel qui a été mis à la retraite.

Les budgets de production diminuent constamment, et on a maintenant de la difficulté à remplir notre mandat. Je suis sûr que d'ici quelque temps, on va se remettre en question. Est-ce qu'on devra encore faire une demi-heure ou réduire le budget de toutes les émissions, quelles qu'elles soient? Les gens en ont assez. On comprend et tout le monde fait un effort considérable pour essayer de faire mieux avec moins, mais il y a des limites, car on a un mandat à remplir.

M. Blackburn (Jonquière): Quelles recommandations pouvez-vous faire à notre Comité quant à votre préoccupation pour la qualité et à la diminution des budgets pour la production des émissions françaises? Est-ce qu'on doit recommander au gouvernement de faire la distinction entre le réseau français et le réseau anglais de Radio-Canada et de leur allouer un budget spécifique?

• 1430

M. Gourd: Je pense qu'on ne peut pas considérer les deux réseaux comme deux organismes indépendants. Globalement, Radio-Canada est actuellement à la limite de l'effort qu'elle peut faire pour s'adapter aux contraintes budgétaires. Si cela continue au réseau français et si on ne fait pas un effort particulier du côté du réseau français, des problèmes très graves vont surgir, et on va avoir de la difficulté à remplir le mandat qu'on remplit actuellement. C'est plus grave actuellement du côté du réseau français que du côté du réseau anglais. Je pense que M. Juneau soulignera cela d'une façon particulière lors de son intervention.

M. Gélinas: Si nous parlons de parité dans notre mémoire, c'est que nous croyons aussi qu'il y a une question de justice dans cela.

Le président: Merci, Madame Finestone.

Mme Finestone: Messieurs, je trouve que les réponses que vous venez de donner à mon collègue sont un peu controversées et un peu contradictoires. Monsieur Desrosiers, à un moment donné, vous avez dit que les réalisateurs avaient plus de liberté artistique dans le secteur public que dans le secteur privé. Vous dites que les réalisateurs du secteur privé ne sont là que pour faire l'emballage du produit qui est déjà conçu et déterminé.

[Translation]

language network has its back to the wall. We have cameramen in the studio who have never worked a camera, because the early retirement program set up by the CBC in response to budget cuts has meant that all the good cameramen have left, and we no longer have enough cameramen to produce studio programs. You have got three cameramen in the studio and only one of them has ever worked a camera. You tell him: "Zoom in". He answers: "What do I set the camera at to zoom in? Middle ground?" He has never heard of it. That is where we have gotten to. We are working with employees who are inadequately prepared to take over from employees who have been retired.

Production budgets are continually being reduced, and now we have trouble carrying out our mandate. I am sure that shortly we will begin to question our reason for existing. Should we still produce a half-hour of programming, or reduce the budgets for each and every program? People are fed up. We understand the situation, and everyone is trying hard to do better with less, but there are limits: we have a mandate to carry out.

Mr. Blackburn (Jonquière): What recommendations can you make to the committee, given your concern for quality and the reduced budgets for French-language programming? Should we recommend that the government distinguish between the CBC's French-language and English-language networks and allocate a specific budget to each?

Mr. Gourd: I do not think we can consider the two networks independent. Right now, the CBC is stretching its overall resources to the limit to adapt to budget restraints. If the situation continues and unless a special effort is made, the French-language network will experience very serious problems and will have difficulty carrying out its present mandate. The French-language network's situation is more precarious now than that of the English-language network. I think that Mr. Juneau will place particular emphasis on this fact when he appears before the committee.

Mr. Gélinas: The reason we mention equality in our brief is that we also feel that justice is involved here.

The Chairman: Thank you, Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: Gentlemen, I find your responses to my colleague somewhat controversial and contradictory. Mr. Desrosiers, at one point you said that directors and producers had greater artistic freedom in the public sector than in the private sector. You say that private-sector directors and producers are only there to do a packaging job on a product that is already designed and delineated. Mr. Gourd, you just said that you had a great deal of

[Texte]

Monsieur Gourd, vous venez de dire que vous avez des difficultés énormes à mettre en marche un projet du côté public, à Radio-Canada.

Ou bien cela marche bien, ou bien cela ne marche pas bien du côté des réalisateurs. Vous ne pouvez pas dire d'un côté que vous avez plus de liberté et que vous pouvez être plus innovateurs et créateur dans le secteur public que dans le secteur privé et, de l'autre, que vous avez toutes les contraintes au monde et que vous ne pouvez pas fonctionner. Cela ne marche pas ainsi. Où sont les contradictions?

M. R. Desrosiers: Ce qu'on veut dire, c'est que dans le secteur public de la télévision, il y a une démarche intellectuelle à laquelle on est invités à participer plus tôt, au début de la production. Maintenant, quand on parle de démarches techniques, de moyens de production, je dois dire que mon collègue a raison. On dit dans notre rapport que ce n'est pas parce qu'on appauvrit le secteur public de la télévision que le secteur privé va prendre la relève au niveau de la qualité technique ou du calibre intellectuel des émissions.

Pour nous, il n'y a pas de contradiction là. D'un côté, on est invités à participer plus tôt à la production, tant que cela ne coûte pas cher, mais quand il s'agit de réaliser des émissions, on n'a plus les moyens adéquats. Tout l'argent qui est extirpé de la télévision publique actuellement fait qu'on vit avec notre créativité, mais au seuil de la pauvreté.

Mme Finestone: Est-ce que vous mettez l'Office national du film dans le secteur public?

M. R. Desrosiers: Oui.

Mme Finestone: Est-ce que vous vivez la même expérience à l'ONF?

M. Gélinas: À l'ONF, il y a une longue conception pour chacun des projets. C'est une des qualités de ce centre de production qu'il puisse prendre un certain temps pour la gestation.

Je voudrais simplement vous signaler que nous représentons une grande variété de réalisateurs. Daniel a parlé d'une certaine réalité.

Mme Finestone: Vous nous présentez des opinions divisées, donc.

M. Gélinas: Non, il ne s'agit pas d'opinions divisées; il s'agit de réalités différentes. Daniel parlait de l'emballage qu'on demande à un réalisateur au niveau privé. Il faut distinguer différentes réalités. Par exemple, si vous êtes réalisateur ou réalisatrice dans un petit poste de télévision privé, cette réalité-là existe véritablement. Par contre, si Denis Héroux me demande de réaliser *The Robe* ou *Les Fous de Bassan*. . . Cela s'est déjà vu, un changement de réalisateur. Là on a conçu l'ensemble du concept et on cherche une personne qui a du talent pour réaliser le produit. C'est à ce niveau-là qu'il y a une différence.

[Traduction]

difficulty getting a public-sector project off the ground at the CBC.

Either things are going well for producers, or they are going poorly. You cannot say that on the one hand you have more freedom to be creative and innovative in the public sector than in the private sector, and on the other hand that you have all sorts of limitations and are unable to function. Things do not work that way. From what do these contradictions stem?

Mr. R. Desrosiers: What we mean is that in the public television sector, we are invited to be involved earlier—at the start of production—in the intellectual process. However, I must say that my colleague is right about the technical and production side. In our brief, we point out that tightening the belt of the public television sector does not necessarily mean that the private sector will take over and retain technical or intellectual program quality.

We do not see any contradiction there. On the one hand, we are asked to participate at an earlier stage in production, as long as it does not cost very much, but on the other hand we no longer have adequate means available for producing programs. Squeezing all that money now from public television budgets means that we make a living from our creativity, but we live at the poverty level.

Mrs. Finestone: Do you include the National Film Board in the public sector?

Mr. R. Desrosiers: Yes.

Mrs. Finestone: Have you had similar experiences with the NFB?

Mr. Gélinas: At the NFB, the design stage for each project is lengthy. This production centre's allowance for gestation time is one of its attractions.

I merely wanted to point out that we represent a wide variety of directors and producers. Daniel pointed out one aspect of our experience.

Mrs. Finestone: The opinions you expressed to the committee are divergent, then.

Mr. Gélinas: No, they are not divergent, but rather differing aspects of our experience. Daniel mentioned that the private sector may ask a producer to package the program. We must distinguish between different aspects. For example, if you are the producer for a small private television station, your experience is real. On the other hand, if Denis Héroux asks me to direct *The Robe* or *Les Fous de Bassan*. . . It has happened that directors have been switched. In that case, the basic concept has been outlined, and a talented person is sought to create the finished product. That is where the difference lies.

[Text]

[Translation]

• 1435

Mme Finestone: Sur le plan de la politique de la radiodiffusion et de la télédiffusion, on doit tenir compte de l'intérêt global dans notre rapport. Sur le plan artistique, avez-vous des contraintes ou si vous pouvez réaliser vos aspirations artistiques dans les productions que vous réalisez, dans le secteur privé et dans le secteur public? Dans le secteur public, est-ce que ce serait plutôt à l'ONF ou à Radio-Canada?

M. Gélinas: Je ne comprends pas tout à fait la question.

Mme Finestone: On parle des contraintes budgétaires, de l'emballage, de toutes sortes de choses. Je parle des indépendants par rapport aux créateurs et réalisateurs qui travaillent dans une boîte comme Télé-Métropole ou Radio-Canada. Avez-vous plus ou moins de liberté artistique selon que vous travaillez dans une boîte quelconque ou que vous êtes un producteur indépendant?

M. Gélinas: Il faut encore revenir à la question du cadre de travail, du contexte dans lequel on demande au créateur de travailler. Si, par exemple, je travaille à l'Office national du film dans un an ou deux et que le plan quinquennal de M. Macerola est alors en application, je serai un pigiste embauché pour deux ou trois ans. Quelques années plus tôt, la plupart des employés auraient été permanents et il y aurait eu quelquefois des pigistes de l'extérieur. Je pense que c'est possible dans les deux cas. Il s'agit vraiment du contexte de création. Dans une boîte de télévision, est-ce qu'on va développer la production de telle sorte que les producteurs et les agents de programmation vont décider de tout?

Mme Finestone: Je ne peux pas vous permettre de prolonger votre réponse, même si j'aimerais bien échanger avec vous là-dessus. Je cherche une réponse qu'on puisse utiliser dans une politique globale.

Une grande partie des réalisateurs, surtout les créateurs et les producteurs indépendants qui sont venus témoigner devant nous, disent que le secteur public et le secteur privé, là où il se fait de la production maison, devraient utiliser au moins à 50 p. 100 les producteurs et les réalisateurs indépendants. S'il était décrété, dans une politique de la radiodiffusion et de la télédiffusion, que les réseaux doivent avoir recours aux indépendants dans au moins 50 p. 100 des cas, est-ce que le contenu artistique et le public en souffriraient, ou si seuls les artistes et les réalisateurs en souffriraient?

M. R. Desrosiers: Il y a un grand danger à ce que Radio-Canada et Radio-Québec versent plus d'argent au secteur privé. Les réalisateurs qui travaillent dans les maisons publiques ont davantage la possibilité de préserver des normes de qualité. On dit souvent qu'on est au-dessus ou en bas de Radio-Canada. À Radio-Canada, la qualité de la production des réalisateurs permanents est reconnue. Ces gens ont un sentiment d'appartenance à l'entreprise et ne doivent pas nécessairement tenir compte de la notion de profit. Ils peuvent répondre aux besoins du public et mettre en oeuvre leur volonté d'éduquer le public, de le divertir ou de l'informer avant de penser aux profits.

Mrs. Finestone: Our report must take the interests of all parties into account in recommending radio and television broadcasting policy. From an artistic point of view, do you experience limitations or are you able to fulfil yourselves in the programs that you produce in both private and public sectors? In the public sector, would it be at the NFB or at the CBC?

Mr. Gélinas: I do not quite understand the question.

Mrs. Finestone: We have been discussing a great many aspects; budget restrictions, packaging, and so forth. I am distinguishing between independent directors and producers and artistic producers who work for companies such as Télé-Métropole or the CBC. Which of your members have greater artistic freedom: those working for a company, or independent directors and producers?

Mr. Gélinas: Here again, we come back to the question of working conditions or the context in which the creator is asked to work. For example, if a year or two from now I am working at the National Film Board and Mr. Macerola's five-year plan is in force, I will work as a freelance hired for a two- or three-year period. A few years earlier, most employees would have been permanent and on occasion outside freelances would have been hired. I think artistic freedom is possible in both cases; creativity really depends on the context. Is it possible for a television network so to orient its production as to enable producers and program officers to decide everything?

Mrs. Finestone: I must cut you off, although I would like very much to continue our discussion. I am trying to get a response that we can make use of in developing overall policy.

Most directors and producers, particularly the artistic and creative ones the committee has heard, have pointed out that at least half of the directors and producers of in-house production in both the public and private sectors should be independent. If a radio and television broadcasting policy specified that networks must use independent directors and producers at least 50% of the time, would artistic content and the public suffer, or would only the artists, directors and producers suffer?

Mr. R. Desrosiers: It would be very dangerous for the CBC and Radio-Québec to contribute more money to the private sector. Directors and producers working for public corporations are better able to maintain quality standards. CBC quality is often used as a benchmark. The quality of CBC directors' and producers' work is acknowledged. These people have a sense of corporate identity and do not necessarily have to take the profit motive into account. They can meet the needs of the public and implement their desire to educate, entertain or inform the public, before thinking of profits.

[Texte]

Mme Finestone: Monsieur Desrosiers, à mon avis, il n'y a aucun mal à voir le profit comme un but parmi d'autres. Je crois qu'on peut réaliser des émissions, des projets, des films, des téléromans qui reflètent notre réalité en tant que Canadiens et Canadiennes et qui seront rentables sur les plans national et international. Si on pouvait les vendre, ce serait encore mieux.

M. R. Desrosiers: Faisons-les bons, et ils vont sûrement se vendre.

• 1440

M. Gélinas: Madame Finestone, on ne peut pas se prononcer pour ou contre la question du 50 p. 100 ou du partage de ces productions-là. Cependant, on peut dire qu'on ne peut pas demander à la télévision publique d'abandonner un mandat spécifique pour le mettre entre les mains du secteur privé.

Au Québec, une situation particulièrement délicate existe dans le secteur privé: il n'y a aucune entente syndicale ou contrat type entre les producteurs et les réalisateurs. Cela fait des années qu'on essaie de mettre au point cette entente. On est un peu dans une espèce de *Far West* au niveau de la production privée. Au Canada anglais, c'est différent; vous avez la guilde des réalisateurs et le contexte est tout à fait différent. Ici, il s'agit d'argent public, il s'agit d'argent versé par l'État pour une production privée. Je pense qu'on n'a pas le droit de soumettre complètement la gestion de cet argent aux lois du libre marché, sans aucune réglementation.

Mme Finestone: Ce n'était pas sous-entendu dans ma question.

M. Gélinas: Non, mais cela fait partie du contexte.

Mme Finestone: Vous dites que la question syndicale entre en ligne de compte.

M. Gélinas: Elle détermine quand même la qualité du contexte de création.

Mme Finestone: La qualité?

M. Gélinas: Oui. Si un producteur privé me fait travailler dans des conditions inférieures à la normale, la qualité de mon travail va certainement en être affectée. Au Canada anglais, on n'a pas cette situation-là, et il faut en tenir compte.

Mme Finestone: Merci, messieurs.

Le président: Merci, messieurs, pour votre témoignage.

• 1442

• 1446

The Chairman: I welcome the chairman and president of the Canadian Broadcasting Corporation, Mr. Pierre Juneau and his associates. It is a distinct pleasure and a very important part of our deliberations, as you know, Mr. Juneau, to come to the single major player in this

[Traduction]

Mrs. Finestone: Mr. Desrosiers, I do not think there is any harm in considering profit as one of a number of objectives. I think that we can produce programs, projects, films and television series that reflect Canadian reality and interest the national and international markets. It would be even better if we could sell them.

Mr. R. Desrosiers: As long as we produce good programs, they will sell like hotcakes.

Mr. Gélinas: Mrs. Finestone, we cannot give you a definite answer on the sharing of productions. However, we can say that public television should not hand over its mandate to the private sector.

In Quebec, the private sector is in a particularly touchy position: there is no union agreement or master contract between producers and directors. We have been trying to reach that kind of agreement for years. In fact, private television is in a bit of a *Far West* position. It is different in English Canada; you have the producers guild and the context is totally different. Here, we are talking about public funds going to private production. I don't think the management of these funds should be left completely free without any regulating what soever.

Mrs. Finestone: That was not implied in my question.

Mr. Gélinas: No, but it is part of the picture.

Mrs. Finestone: You say the absence of unions is a factor.

Mr. Gélinas: It still has a bearing on the quality of the creative environment.

Mrs. Finestone: The quality?

Mr. Gélinas: Yes. If I have to work in subnormal conditions in the private sector, the quality of my work will certainly be affected. That is not the case, in English Canada, and it has to be taken into account.

Mrs. Finestone: Thank you, sir.

The Chairman: I would like to thank the witnesses for appearing today.

Le président: Je souhaite la bienvenue au président de la Société Radio-Canada, M. Pierre Juneau ainsi qu'à ses collaborateurs. Nous sommes heureux d'arriver à l'intervenant le plus important dans le cadre de notre étude de la politique de radiodiffusion et considérons que

[Text]

entire revision of broadcasting policy. We appreciate your co-operation to date, sir. We have done three major reports on broadcasting, one focusing on your corporation entirely. During the course of our travels across the country we have consulted extensively with your regional directors and their staffs, and we have encountered excellent co-operation along the way.

We thought, in examining your very extensive brief, which we thank you for, there might have been some kind of feedback from you, originating with those encounters, and we look forward to that coming out in the discussion. We found two brief references to the work of our committee, but obviously you were focusing on the task force recommendations as they relate to the corporation and to the issues, and those issues are many.

During the subcommittee work on copyright we found many rocks of principle when we were dealing with the principles of copyright, and every time we tipped those rocks over there were little maggots there on the ground, the maggots of money. We cannot do, no one can do, without the maggots of money, least of all the Canadian Broadcasting Corporation, and we recognize that and we have made some recommendations along those lines, and we hope to be able to flesh them out a little in our final report.

We are concerned as well, sir, with the organization of the corporation, as I am sure you are, to make sure it is in the best possible shape as we approach the 21st century, and it continues to be an important part of Canadian society. Along with organization, of course, goes the issue of accountability, which we touched on in our report of the month of February.

Then, of course, there are the questions of priorities, because with all these other concerns, everyone who is conducting his or her affairs today has to have a clearly defined set of priorities. Then, finally, there is the foundation of all those issues, and that is the revised mandate of the CBC; and we look forward to working towards that redefinition with your very considerable help.

With that preamble, sir, on behalf of the members of the committee and all those who are dealing with these issues, I welcome you. We look forward to what you have to say to us and to the questions and answers.

M. Pierre Juneau (président de la Société Radio-Canada): Merci, monsieur le président. Je me permettrai d'abord de vous présenter mes collègues. Ce sont M. Bob Cowling de Montréal, un membre du conseil d'administration; M^{me} Lorraine Duguay, qui est membre de notre conseil d'administration et qui est sensée se joindre à nous plus tard; M. Paul Fraser de Vancouver, également du conseil d'administration; M. Bill Armstrong, vice-président exécutif de la Société; et M^{me} Louise Maheu qui s'occupe au jour le jour des relations avec le Parlement.

[Translation]

votre comparution, comme vous le savez monsieur Juneau, est un aspect fort important de nos délibérations. Nous vous savons gré de la collaboration dont vous avez fait preuve jusqu'à maintenant, monsieur. Nous avons produit trois grands rapports sur la radiodiffusion, dont un portant uniquement sur votre Société. Lors de nos déplacements à travers le pays, nous avons longuement consulté vos directeurs régionaux et leur personnel et avons obtenu une excellente collaboration.

Nous avons pensé que vous voudriez peut-être nous faire part de votre réaction à ces rencontres, et nous avons hâte d'en prendre connaissance. Nous avons trouvé deux brèves mentions des travaux de notre comité dans votre mémoire, mais évidemment vous vous concentriez sur les recommandations du groupe de travail touchant la société et ses problèmes, qui sont nombreux.

Le sous-comité qui a étudié la question du droit d'auteur a constaté que les principes sur lesquels était fondé le droit d'auteur nous ramenaient, dans presque tous les cas, à une vil question d'argent. Personne ne peut se passer de bons écus sonnants et trébuchants, encore moins la Société Radio-Canada, et c'est pourquoi nous faisons des recommandations en ce sens et espérons en dire davantage dans notre rapport final.

Nous cherchons aussi, comme vous le savez, à nous assurer que l'organisation de la Société est la meilleure possible pour lui permettre d'aborder le 21^{ème} siècle et continuer de jouer un rôle important dans la société canadienne. Cette question s'accompagne aussi de celle d'imputabilité que nous avons abordée dans notre rapport du mois de février.

Ensuite, bien entendu, il y a la question des priorités car de nos jours on ne peut éviter d'avoir une liste clairement définie de priorités. Enfin, ce à quoi se rapportent toutes ces autres questions, le mandat révisé de Radio-Canada. Nous sommes impatients de nous attaquer à ce travail avec votre aide.

Cela dit, monsieur, je vous souhaite la bienvenue au nom des membres du comité et de toutes les personnes qui travaillent à ce dossier. Nous sommes impatients de vous entendre et de vous poser des questions.

Mr. Pierre Juneau (President of the Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Mr. Chairman. May I first introduce my colleagues to you. They are Bob Cowling, a member of the board of directors, from Montreal; Lorraine Duguay, a member of our board who is to join us later; Paul Fraser, also on the board, from Vancouver; Bill Armstrong, executive vice-president of the Corporation; and Louise Maheu, responsible for day to day relations with Parliament.

[Texte]

[Traduction]

• 1450

Vous avez dit, monsieur le président, que vous vous attendiez à ce que nous fassions, dans nos document, des commentaires sur tout ce qui a été dit dans les diverses audiences que vous avez tenues à travers le pays, où vous avez rencontré les directeurs régionaux de Radio-Canada entre autres.

The problem, Mr. Chairman, is that you work too hard. We cannot follow you around that rapidly. You produce so much work, so many reports, and you meet so many people, obtaining so much testimony, that we cannot keep up with you.

The Chairman: For a standing committee, we do a lot of sitting and running.

Mr. Juneau: But humour apart, we would be very pleased to comment on any of the points that were raised and are of interest to you in relation to those hearings.

Je ne veux pas faire une longue présentation. J'aimerais plutôt, si vous me le permettez, remettre au greffier du Comité une déposition écrite afin qu'on puisse consacrer plus de temps aux questions et réponses. Cependant, je résumerai rapidement ce que nous disons dans ce mémoire au Comité. Ce ne sont pas des remarques qui couvrent toute l'envergure des questions qui vous intéressent. Comme vous l'avez dit dans vos remarques préliminaires, il y en a trop et elles sont trop importantes. Je voudrais mettre l'accent sur une chose qui préoccupe le conseil, qui me préoccupe aussi et qui est particulièrement importante du fait que vous tenez ces audiences à Montréal.

Quand on étudie l'histoire récente, c'est-à-dire les 20 dernières de la radiodiffusion canadienne, on a l'impression que la plupart des préoccupations ont porté sur la télévision anglaise de Radio-Canada et qu'on a toujours cherché des solutions à ce problème-là. Il me semble qu'on pourrait même dire que l'amélioration de la télévision anglaise de Radio-Canada a été, non seulement pour Radio-Canada mais pour le pays tout entier, comme le *Holy Grail* de Radio-Canada, les chevaliers de la Table ronde étant les présidents de comités parlementaires, les présidents de commissions royales et leurs collègues. Ce problème a été tellement sérieux...

Le président: Excusez-moi, monsieur le président. Également Don Quichotte.

M. Juneau: Peut-être, en effet. Ce problème a été tellement sérieux et tellement difficile à résoudre qu'il a en quelque sorte obscurci tous les autres dont on ne s'est peut-être pas occupé suffisamment souvent. Je voudrais attirer votre attention aujourd'hui, comme je l'ai fait dans d'autres circonstances, sur le fait qu'il y a un problème sérieux du côté francophone à Radio-Canada. Comme vous avez siégé ici à Montréal plusieurs jours et que vous avez reçu plusieurs groupes, on a sûrement attiré votre attention sur ces problèmes.

Le problème du côté francophone n'est pas de même de nature que le problème qui existe du côté anglophone.

Mr. Chairman, you said that you expected us to comment in our papers on everything that was said during all the hearings you have held across the country where you met the regional directors of the CBC, among others.

Le problème, monsieur le président, c'est que vous travaillez trop fort. Nous ne pouvons pas vous suivre aussi rapidement. Vous produisez tant d'ouvrages, tant de rapports, et vous rencontrez tant de gens et recueillez tant de témoignages que nous ne pouvons pas vous suivre.

Le président: Notre Comité siège en permanence, mais le siège se déplace beaucoup et vite.

M. Juneau: Mais toute blague à part, nous serions très heureux de commenter tous les points soulevés et qui vous intéressent dans le cadre de ces audiences.

I do not wish to make a long presentation. I would prefer, if you allow me, to leave a written statement with the Clerk of the Committee so that we can devote more time to questions and answers. Nevertheless, I shall briefly summarize what we say in this brief to the committee. These comments do not cover the whole range of questions that interest you. As you said in your preliminary remarks, there are too many of them and they are too important. I would like to stress something that concerns the board and me too and that is particularly important since you are holding these hearings in Montreal.

Looking over recent history, that is the last 20 years of Canadian broadcasting, one has the feeling that most of the concerns dealt with the CBC's English television and that solutions have always been sought for those problems. It seems to me that one could even say that improving the CBC's English television was like the Holy Grail, not just for the CBC but for the whole country, the Knights of the Round Table being the Chairmen of Parliamentary committees, the Presidents of Royal Commissions and their colleagues. This problem was so serious—

The Chairman: Excuse me, Mr. Chairman. Also Don Quixote.

Mr. Juneau: Perhaps, yes. This problem was so serious and so difficult to solve that in a way it obscured all others which not have been looked into often enough. I would like to draw your attention today, as I have in other circumstances, to the fact that there is a serious problem in the French CBC. Since you have been sitting here in Montreal for several days and have received several groups, your attention has surely been drawn to these problems.

The problem on the French side is not of the same kind as the one on the English side. It is not completely

[Text]

Il n'y est pas complètement étranger, naturellement, mais il n'est pas de même nature. Je ne crois pas que, du côté francophone, on s'inquiète à un haut point de la présence des émissions américaines. À la radio, on ne s'en inquiète pas du tout, naturellement, et même à la télévision, on ne s'en inquiète pas au même point. On ne s'inquiète pas non plus, à la télévision francophone de Radio-Canada, de l'absence d'émissions de fiction. Il y a une proportion d'émissions de fiction assez considérable du côté français.

• 1455

On s'inquiète plutôt, et on devrait s'inquiéter davantage, je crois, du fait que même si on réussit d'une façon absolument remarquable à atteindre des auditoires nombreux—je dis bien remarquable, mais je pourrai donner des détails plus tard si vous le voulez—on n'a pas réussi à élever suffisamment le niveau de la qualité culturelle de nos émissions dans le domaine de la fiction. Au contraire, au cours des dernières années, il a fallu économiser de plus en plus et le niveau culturel de nos émissions en a souffert.

Je crois aussi qu'il faudrait réussir à améliorer la quantité, mais surtout la qualité de nos efforts en information. C'est en grande partie une question de budget. Ce n'est pas uniquement une question de budget, mais c'est en partie une question de budget. Les circonstances financières, en particulier, nous ont forcés et nous forcent encore à utiliser souvent des moyens qui s'apparentent trop à ceux de nos concurrents du secteur commercial. On est obligés de le faire pour obtenir des recettes commerciales. Si on parle, comme on le fait pour la télévision anglaise, d'un Saint-Graal pour le côté français, ce n'est pas dans le sens de la quantité, mais plutôt dans le sens d'un enrichissement de la qualité culturelle de nos émissions, tant du côté de la fiction que du côté de l'information. Bien sûr—ce n'est pas pour faire plaisir à M. Blackburn que je dis cela—cela s'applique tant du côté des émissions réseau que du côté des émissions faites en région ou qui devraient être faites en région.

Il faudrait, et j'espère que votre Comité pourra y contribuer, réussir à sensibiliser l'ensemble du pays à la nécessité d'améliorer la radiodiffusion française de Radio-Canada, de telle sorte qu'elle ne soit plus dans l'ombre par rapport à ce problème tellement difficile de la question des émissions de fiction du côté anglophone.

J'explique cela de façon un peu plus élaborée dans le texte que nous laisserons au greffier du Comité. Mes collègues et moi sommes à votre disposition pour répondre aux questions que vous voudrez bien nous poser.

Le président: Merci, monsieur le président. Madame Finestone.

Mme Finestone: Je vous souhaite la bienvenue, monsieur Juneau et mesdames et messieurs de Radio-Canada. À la page 39 du mémoire que vous avez déposé. . .

[Translation]

unrelated, of course, but it is not of the same ilk. I do not believe that the French side is greatly concerned about the presence of American programs. There is no concern at all for radio, naturally, and even for television, the concern is not the same. Neither is CBC French television concerned about the lack of drama programs. The French side has a fairly good proportion of drama programs.

Rather, there is concern, and there should be more concern, I believe, that although large audiences are being reached in an absolutely remarkable way—and I mean remarkable, but I can give details later, if you wish—the cultural quality of our drama programs is not high enough. On the contrary, in the last few years, we have had to economize more and more and the cultural level of our programs has suffered as a result.

I also believe that we should improve the quantity and especially the quality of our news and information programming. This is mainly a budgetary matter. It is not the only issue involved, but it is partly budgetary. Our financial circumstances, in particular, have forced us and are still forcing us to often use methods that are too close to those of our commercial competitors. We are forced to do so in order to earn income. If we were to have a Holy Grail for the French side as we did for English television, it would not be a matter of quantity, but rather one of enriching the cultural quality of our fiction and information programs. Of course—and I am not saying this to please Mr. Blackburn—this applies both to the network programs as well as to the regional ones or those that should be produced there.

The whole country should be made aware of the need to improve the CBC's French broadcasting, and I hope that your committee can contribute to this awareness, so that it is no longer overshadowed by this very difficult problem of English drama programs.

I explained this in a little more detail in the text that we shall leave with the Clerk of the Committee. My colleagues and I are available to answer any questions you may wish to ask us.

The Chairman: Thank you, Mr. Chairman. Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: Welcome, Mr. Juneau and ladies and gentlemen of the CBC. On page 39 of the brief that you filed. . .

[Texte]

Mr. Juneau: The English text or the French text, Mrs. Finestone?

Mrs. Finestone: I took page 39 in the French; you can look at page 37 in the English.

J'essaie d'améliorer mon français, monsieur Juneau.

• 1500

M. Juneau: Je vais vous aider, si vous le voulez.

Mme Finestone: Donc, c'est à la page 39 en français. Vous parlez de la reconnaissance de l'autonomie des services français, radio et télévision, dans l'organisation de Radio-Canada. Vous dites:

La Société souscrit à la recommandation que Radio-Canada français puisse se développer distinctivement de CBC et que les deux secteurs au service de sociétés distinctes puissent poursuivre différemment les objectifs assignés à la radio-télévision publique sans préjudice de la responsabilité ultime que la loi attribue à la Société.

En réponse, vous dites que la Société considère que ces services sont déjà autonomes.

Pouvez-vous me dire dans quels domaines vous n'êtes pas autonomes maintenant? Si vous êtes déjà presque autonomes, dans quels domaines d'activités ne l'êtes-vous pas?

M. Juneau: Il s'agit d'une seule société et il n'y a pas deux conseils d'administration. Donc, le conseil d'administration prend un certain nombre de décisions, par exemple sur les budgets généraux. Il ne décide pas des budgets en détail, à savoir combien d'argent va être affecté au *Téléjournal* de ce soir par rapport au *Téléjournal* de demain soir, ou même au *Téléjournal* par rapport au *Point*; tout cela est laissé au réseau français, à M. Delaney et à M. O'Neil. Donc, les budgets généraux sont établis par le conseil d'administration et, à partir du moment où les budgets sont établis, le réseau français et le réseau anglais ne sont pas autonomes; ils sont soumis aux décisions du conseil d'administration.

Mme Finestone: En ce qui concerne la division des finances, quelle autonomie avez-vous en matière de comptabilité, de gestion du personnel, de formulation et des décisions de programmation, de gestion des contrats de production avec Téléfilm Canada? Si, dans notre rapport, on recommande au gouvernement de reconnaître votre autonomie dans sa politique ou dans la loi, qu'est-ce que cette autonomie va toucher? La comptabilité, la gestion du personnel, la formulation de la programmation?

M. Juneau: Je vous dirai carrément que cela me semblerait une erreur que la loi précise dans le détail comment les budgets doivent être établis.

Mme Finestone: Je ne parle pas des budgets, mais de la gestion.

M. Juneau: Actuellement, je dirais que 95 p. 100 des décisions concernant le programme sont prises par les

[Traduction]

M. Juneau: Est-ce le texte anglais ou le texte français, madame Finestone?

Mme Finestone: C'est la page 39 en français ou la page 37 en anglais.

I am trying to improve my French, Mr. Juneau.

Mr. Juneau: I will help you, if you wish.

Mrs. Finestone: So, on page 39 in French, you talk about recognizing the autonomy of the French radio and television services within the CBC organization. You say:

The Corporation subscribes to the recommendation that the French CBC can develop distinctively from the English side and that both sectors, which serve distinct societies, can pursue in different ways the objectives assigned to public radio and television without prejudicing the final responsibility that belongs by law to the Corporation.

In reply, you say that the Corporation considers these services to be autonomous already.

Can you tell me in what areas you are not autonomous now? If you are already nearly autonomous, in what fields of activity are you not?

Mr. Juneau: There is only one Corporation and we do not have two boards of directors. So, the board makes some decisions, such as on the overall budget. It does not decide on the detailed budget, like how much money to spend on tonight's *Téléjournal* compared to tomorrow night's *Téléjournal*, or even on the *Téléjournal* as compared to the *Point*; all that is up to the French network, Mr. Delaney and Mr. O'Neil. So the overall budget is set by the board of directors and once the budget is set, the French and English networks are no longer autonomous; they are subject to the Board's decisions.

Mrs. Finestone: Financially, what autonomy do you have in accounting, personnel management, formulating and deciding programming and managing production contracts with Telefilm Canada? If our report recommends that the government recognize your autonomy as a matter of policy or through legislation what will this autonomy affect? Accounting, personnel management, programming?

Mr. Juneau: I will tell you straight out that I would consider it wrong for to use legislation to spell out how the budgets are to be drawn up.

Mrs. Finestone: I am not talking about budgets, but management.

Mr. Juneau: At present, I would say that 95% of program decisions are made by the vice-presidents and

[Text]

vice-présidents et leurs collègues et non par la direction de Radio-Canada. Je ne veux pas entrer dans les détails. Je me limiterai à dire qu'au moins 95 p. 100 des décisions sont prises par les vice-présidents et leurs collègues et non par la direction de Radio-Canada, en matière de programme, par exemple.

Vous avez posé plusieurs sous-questions. En matière de relations humaines. . .

Mrs. Finestone: Mr. Juneau, perhaps my "franglais" was not as clear as it ought to have been. I am saying that you say in the English text that the corporation considers the services—that is French-language radio and television—are already autonomous. My question was if they are already autonomous—

• 1505

Mr. Juneau: When I read that particular text, which had already left for you, I must say that I would not have used that word.

Mrs. Finestone: But you did, and that is why I am asking.

Mr. Juneau: Yes. Well, we do not need to be very formal about it. I think that not only the French sector but also English television, English radio, French radio, French television make their own decisions. Well, let us start from a different point of view: the French and English services are very different.

Mrs. Finestone: There I would agree.

Mr. Juneau: In fact, French radio is very different. French FM is very different from English stereo; they even have different names. French AM is very different from English radio. And of course television is perfectly obvious. So over the 35 years or so of the history of television and the 50 years of radio, the two sides of the CBC have evolved according to their own personalities and presumably the needs of the milieu they were serving. So that is the way I would have expressed it if I had written that paragraph myself. Your question then was how the decisions are made.

Mrs. Finestone: No, I asked you, in a sense, if you describe it this way then what actually would happen if in the legislation it was made perfectly clear? If they are already autonomous, what would have to change and what impact would that have? The answer should be "Nothing".

Mr. Juneau: I do not see anything, really, that needs to be changed. There are fashions about the CBC. A few years ago, the fashion about the CBC was that there was no co-operation between the English and the French side and that there ought to be more co-operation, more consistency, etc. I am not saying that to the committee now, but people now are saying they ought to be

[Translation]

their colleagues and not by the CBC's top management. I do not want to go into the details. I will just say that at least 95% of the decisions are made by the vice-presidents and their colleagues and not by the CBC's top management as far as programming is concerned, for example.

You raised several germane questions. In terms of human relations. . .

Mme Finestone: Monsieur Juneau, peut-être que mon franglais n'était pas aussi clair qu'il le devrait. Je signale que dans le texte anglais, vous déclarez que la société considère les services français de radio et de télévision comme étant déjà autonomes. La question était de savoir s'ils sont déjà autonomes. . .

M. Juneau: Lorsque j'ai lu ce texte qu'on vous avait déjà laissé, je dois avouer que je n'aurais pas utilisé ce mot.

Mme Finestone: Mais vous l'avez fait et c'est pourquoi je vous pose la question.

M. Juneau: Très bien. Il ne faudrait pas trop s'en formaliser. Ce n'est pas seulement le secteur francophone qui prend ses propres décisions, mais également la télévision anglophone, la radio anglophone, la radio francophone et la télévision francophone. Partons d'un point de vue différent: les services francophones et anglophones sont très différents l'un de l'autre.

Mme Finestone: J'en conviens.

M. Juneau: En fait, la radio francophone est très différente. La radio francophone FM est très différente de la radio anglophone diffusée en stéréo; elles ont même des noms différents. La radio francophone AM est très différente de la radio anglophone. Dans le cas de la télévision, la différence est, bien sûr, parfaitement évidente. Par conséquent, au cours des 35 années d'existence de la télévision et des 50 ans de radio, les deux composantes du réseau d'État ont évolué selon leur propre personnalité et, sans doute, selon les besoins du milieu qu'elles desservait. Voilà donc comment je l'aurais dit si j'avais rédigé ce paragraphe moi-même. Votre question portait sur la façon dont les décisions sont prises.

Mme Finestone: Non. Je vous ai demandé, d'après la description que vous en avez faite, ce qui arriverait réellement si la loi était parfaitement claire. Si elles sont déjà autonomes, que devrait-on changer et quelles seraient les répercussions? La réponse devrait être «rien».

M. Juneau: Je ne vois rien vraiment qui ait besoin d'être changé. Il y a des modes à la société d'État. Il y a quelques années, la mode voulait qu'il n'y ait aucune collaboration entre le secteur anglophone et le secteur francophone, mais qu'il devrait y avoir plus de collaboration, plus de cohérence, etc. Ce ne sont pas les propos que je veux servir maintenant au Comité, mais les

[Texte]

autonomous. Well, it all depends on what we mean by words.

I think on the whole there is a need for more co-operation between the two sides, if you want my frank opinion. Sometimes what is proposed in the way of co-operation is unrealistic; but that does not change my view—and I think that view is shared by all the vice-presidents, whether they are on the French side or on the English side—that they all strive for more co-operation between the two sides.

Mrs. Finestone: One of the big problems we have had—and it creates a discomfort for us on this committee—is that we have heard now across the land, from various levels, both within the CBC, whether it is on the Radio-Canada side or CBC, radio or television, and also from the independent producers and just the general public, that there does not seem to be a decision-making process that allows for creative involvement on the part of the staff and that there is tremendously hierarchical, restrictive management style. There is a degree of frustration and lack of autonomy in the various regions. We heard this in the Windsor-London corridor. We heard this in the Saskatchewan area. We heard it in Regina. We heard it up in Thunder Bay. We heard it in the Maritimes.

Mr. Juneau: Well, Mrs. Finestone, what do you expect?

Mrs. Finestone: Well, I understand—

Mr. Juneau: Come on! What do you expect? In the last three or four years we have been reducing budgets and laying off people in all those places you mention. We have also been reducing budgets and laying off people at the network level in Toronto and Montreal.

Mrs. Finestone: But sometimes you allow some creativity—

Mr. Juneau: You mentioned Thunder Bay, for instance, or Windsor. We have made important reductions in Windsor. So I am not surprised that the people who have been affected by such reductions should be unhappy, since they did not make those decisions. They would not have reduced their own budgets.

• 1510

Mrs. Finestone: Mr. Juneau, they were not unhappy in that sense, although it could have contributed to that sentiment. I think what they were unhappy about is the fact that they could not make decisions and realign even with the poor or miserable or miserly or “let us not cry about it”, as my colleague would say, funds that were at their disposition. It was that they did not have any power to be creative at that local or regional level. If you are saying that is not so, I would like to hear that.

Mr. Juneau: Mrs. Finestone, I do not like to be put in contradiction with our own staff, and I would like to see exactly what they have said, to be able to comment fairly, and not unfairly, on what they have said. I do react, and

[Traduction]

gens nous disent actuellement qu'il devrait y avoir une plus grande autonomie. Cela dépend entièrement de la signification que nous donnons aux mots.

Pour être franc avec vous, il serait nécessaire, dans l'ensemble, qu'il y ait une plus grande collaboration entre les deux composantes. Le genre de collaboration qu'on nous propose quelquefois est irréaliste; mais cela ne change pas mon point de vue et c'est, je crois, ce que pensent tous les vice-présidents, qu'ils soient du côté anglais ou du côté français—they cherchent tous à ménager une collaboration accrue entre les deux côtés.

Mme Finestone: Une de nos principales préoccupations et qui nous met très mal à l'aise au sein du Comité, nous a été exprimée partout au pays à divers échelons, autant de la part des représentants de la radio ou de la télévision à Radio-Canada ou à CBC mais aussi par des réalisateurs indépendants et le grand public: il ne semble pas exister de processus décisionnel qui permette une participation créatrice de la part des employés et il semble y avoir également un style de gestion incroyablement hiérarchisé et restrictif. On constate une certaine frustration et un manque d'autonomie des diverses régions. C'est ce que nous ont dit les gens du corridor Windsor—London. Nous avons entendu la même chose en Saskatchewan, à Regina, à Thunder Bay et dans les Maritimes.

M. Juneau: Madame Finestone, qu'espérez-vous?

Mme Finestone: Je crois comprendre. . .

M. Juneau: Allons ! Qu'espérez-vous? Depuis trois ou quatre ans, nous avons réduit les budgets et congédié des gens à tous les endroits que vous avez mentionnés. Nous l'avons fait également au niveau du réseau à Toronto et à Montréal.

Mme Finestone: Mais il faut quelquefois permettre une certaine créativité. . .

M. Juneau: Vous avez parlé de Thunder Bay ou de Windsor. Nous avons fait des coupes importantes à Windsor. Je ne suis donc pas étonné que les gens touchés par ces coupes soient mécontents puisqu'ils n'ont pas pris part à ces décisions. Ils n'auraient pas diminué leur propre budget.

Mme Finestone: Monsieur Juneau, ils n'étaient pas mécontents pour cette raison, bien que cela ait pu contribuer. Selon moi, ils étaient mécontents parce qu'ils ne pouvaient prendre de décisions et rajuster leur tir avec les pauvres ou misérables fonds qui étaient mis à leur disposition. En d'autres termes, il n'y avait aucun moyen d'être créatifs à ce niveau local ou régional. Si vous êtes d'un avis contraire, j'aimerais vous l'entendre dire.

M. Juneau: Madame Finestone, je n'aime pas contredire nos propres employés et j'aimerais bien voir exactement ce qu'ils ont dit afin de pouvoir porter un commentaire juste et équitable à ce sujet. Je réagis, et je

[Text]

must react somewhat forcefully, when you use the word "creative". Mr. Armstrong and I have nothing to say about say the supper-hour show produced in any of the regions you have described, absolutely nothing.

Mrs. Finestone: But if something important happens in Windsor and London, do you make the decision to send your Toronto crew down to cover it—

Mr. Juneau: Certainly not.

Mrs. Finestone: —or do you use the crew on hand in Windsor and London?

Mr. Juneau: Certainly not. I would not even be aware of what crew is being sent to Windsor.

Mrs. Finestone: Well, I am going to send you the transcripts, Mr. Juneau; and it is one of many examples.

Mr. Juneau: Well, I am not saying. . . But the decision is not made by me or by Mr. Armstrong. The decision in a case like that is made maybe in Toronto, but certainly not by the corporate staff. So you are not talking now of autonomy between corporate leadership and a particular station. You are talking about autonomy of a station in relation to network leadership.

Mrs. Finestone: One flew to the other.

Ms McDonald: I do not have many differences with the corporation in philosophy and objectives, and I do not think you will find there are all that many differences with the committee as a whole about increased high-quality Canadian programming and all the fine things we all want to see. It is a question of how to get there, and in some cases whether or not we see the corporation as going in the direction it says it is going. So that gets down to money; and my first questions really have to do with a variety of financing questions. I would like to begin on the issue of advertising and then go on to owner-operated versus affiliates and money questions of that sort.

On page 65 in the English text you state that commercial revenues are of increasing importance to the corporation and the CBC welcomes the task force's recognition of this reality. You refer to the ambitious three-year plan to increase Canadian programming, relying heavily on increased commercial activities, although pre-school children's programming will of course remain commercial-free.

This will not be the first time I have said to you that many people would like to be able to see—and we realize there are financial difficulties, with cut-backs from government revenues—some programming, especially drama programming, increasingly without commercials interrupting. So I would like to ask if you are at all open to this as an objective, in terms of at least placing commercials better.

[Translation]

dois le faire de façon vigoureuse, lorsque vous utilisez le mot «créatif». Ni M. Armstrong ni moi-même n'avons à dire quoi que ce soit au sujet de l'émission qui est réalisée à l'heure du souper dans l'une ou l'autre des régions que vous avez décrites. Absolument rien à dire.

Mme Finestone: Mais si quelque chose d'important se produit à Windsor et à London, prenez-vous la décision d'envoyer votre équipe de Toronto sur place. . .

M. Juneau: Certainement pas.

Mme Finestone: Ou recourez-vous à l'équipe de Windsor et de London?

M. Juneau: Certainement pas. Je ne saurais même pas quelle équipe serait envoyée à Windsor.

Mme Finestone: Je vais vous envoyer les comptes rendus, monsieur Juneau. Et ce n'est là qu'un parmi beaucoup d'exemples.

M. Juneau: Je ne dis pas. . . Cependant, la décision n'est pas prise par moi ni par M. Armstrong. Dans un cas comme celui-là, la décision est peut-être prise par Toronto, mais certainement pas par le personnel du siège social. Ce n'est donc pas de l'autonomie entre les dirigeants et une station en particulier dont vous parlez. C'est plutôt de l'autonomie d'une station par rapport à la tête dirigeante du réseau.

Mme Finestone: L'un est allé vers l'autre.

Mme McDonald: Je ne critique pas vraiment les objectifs ni l'idéologie de la Société et je ne crois pas que le Comité, dans son ensemble, s'oppose tellement à accroître le nombre d'émissions de haute qualité produites au Canada et toutes les autres choses que nous voulons mettre de l'avant. C'est plutôt la façon d'y parvenir qui nous intéresse et, dans certains cas, de prêter foi aux affirmations de la Société à l'égard de l'orientation qu'elle prétend prendre. Cela revient donc à une question d'argent. Mes premières questions portent en réalité sur une diversité d'aspects financiers. J'aimerais aborder en premier lieu la publicité pour passer ensuite au budget des stations affiliées et des stations privées et à d'autres questions du genre.

À la page 65 du texte anglais, vous indiquez que les recettes commerciales prennent une importance de plus en plus grande pour la société et que Radio-Canada s'était réjoui de voir que le Groupe d'étude avait admis ce point. Vous parlez de l'ambitieux plan triennal visant à augmenter la programmation canadienne en grande partie grâce à des activités commerciales accrues tout en continuant, bien sûr, à éliminer toute publicité dans les émissions destinées aux enfants d'âge pré-scolaire.

Ce n'est pas la première fois que je vous mentionne qu'une foule de gens aimeraient pouvoir regarder des émissions, surtout des dramatiques, avec un minimum d'interruptions commerciales. Cependant, cela pose des difficultés financières et les gouvernements réduisent leurs subventions. Êtes-vous réceptif à cette idée, ne serait-ce qu'en répartissant mieux les annonces publicitaires?

[Texte]

I would like you to comment also on your remarks on page 45 of the English text. Here you are referring to the phasing out of commercial American programs readily available on other networks. But you say this can only be done... and obviously be replaced by Canadian when adequate funds are available to permit their replacement with attractive and distinctive programming.

In your third paragraph here you say this objective will be achieved by the redirection of resources and through a major effort to generate additional commercial revenue. The popular Canadian programming not now available for the purchase of commercial time will be a significant part of the sales effort. What we obviously want to see is the corporation with more to spend on Canadian programming. I personally think it ought to get more from its parliamentary appropriation. Not all members of the committee share that. Obviously one has to think of commercial revenues, sales, CBC enterprises, that kind of mix. I wonder if you can just address some of these, beginning with the advertising question.

• 1515

Mr. Juneau: Yes. May I introduce Madam Lorraine Duguay, who is also a member of our board?

M^{me} Lorraine Duguay, de Montréal, vient de se joindre à nous.

First, this document we sent you is really a very brief résumé or summary and that it ought to be read in the context of many other documents the committee has received. Certainly there are a few of these matters that we did not deal with in the brief we presented to the Task Force on Broadcasting Policy, which we entitled *Le courage de nos convictions* or *Let's Do It*.

The position of the board on advertising and commercials is very clear. We have expressed that in several documents, in *Let's Do It*, in the policy document that we put out in 1983, and I think probably Mr. Johnson said the same thing in *Touchstone*. We think it would be better if we did not have to rely to such an extent on commercial revenue.

We are doing our best at the moment to cope with a difficult period in the finances of the CBC, and presumably in the economy in general, although I often say that is not a judge of that. So we are doing our best to go through this difficult period and we are trying to get more commercial revenue. But we do not think it is the ideal policy. Since you are asking me for my views for this committee, we would hope the committee would agree that it would be better if the reliance of the CBC on commercial revenues did not have to be that great.

[Traduction]

J'aimerais également avoir vos observations sur les remarques que vous faites à la page 45 du texte anglais. Vous parlez de la disparition graduelle des émissions américaines payantes qui se fait déjà sur d'autres réseaux. Mais vous dites que cela ne peut se faire... et de toute évidence, il faudrait qu'on les remplace par des émissions canadiennes attrayantes et uniques lorsque les fonds nous le permettraient.

Au troisième paragraphe, vous mentionnez qu'on atteindra cet objectif par un redéploiement des ressources et des recettes commerciales supplémentaires. Les émissions canadiennes populaires qui ne sont pas encore exploitées commercialement représenteront une partie importante du programme de ventes. Manifestement, nous aimerions que la Société puisse consacrer plus d'argent aux émissions canadiennes. Selon moi, son budget devrait être augmenté par voie de crédits parlementaires. Cependant, les membres du Comité ne partagent pas tous cette opinion. De toute évidence, il faut penser en termes de recettes commerciales, de ventes, d'entreprises Radio-Canada et ce genre de choses. Pourriez-vous aborder quelques-unes de ces questions, en commençant pas la publicité.

M. Juneau: Très bien. Puis-je vous présenter M^{me} Lorraine Duguay qui est également membre de notre conseil?

Mrs Lorraine Duguay, from Montreal, has just joined us.

En premier lieu, le document que vous avez en main est réellement un résumé et devrait être interprété en tenant compte d'une foule d'autres documents que le Comité a reçus. Il est sûr que certaines de ces questions n'ont pas été abordées dans l'exposé que nous avons présenté au Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, que nous avons intitulé *Le courage de nos convictions* ou *Let's Do It*.

La position du conseil à l'égard de la publicité et des annonces commerciales est très claire. Nous l'avons exprimée dans plusieurs documents, dans *Le courage de nos convictions*, dans le document de principe que nous avons publié en 1983 et je crois aussi que M. Johnson a présenté le même point de vue dans *Touchstone*. Selon nous, il serait préférable de ne pas avoir à dépendre autant des recettes commerciales.

Nous faisons de notre mieux en ce moment car Radio-Canada traverse une période financière difficile et, sans doute, toute l'économie dans son ensemble, bien que j'aie souvent dit que l'un n'explique pas nécessairement l'autre. Nous faisons donc de notre mieux pour nous tirer de cette période difficile en essayant d'accroître les recettes commerciales. Cependant, ce n'est pas la politique idéale. Étant donné que vous me demandez mon point de vue pour les besoins de ce Comité, nous espérons que vous conviendrez avec nous que Radio-Canada n'a pas à accorder une si grande place aux recettes commerciales.

[Text]

What would happen then? Ideally, I think we should not have 12 minutes per hour of advertising in any programs. I would hesitate to mention an exact figure, but I think, everything being equal in a better financial situation or set of circumstances, in the highly commercial programs—and do not ask me what they should be—but in programs that tolerate advertising more easily, I would think perhaps eight minutes would be tolerable. I do not know where they stand now, but that used to be a policy of the American networks, to limit their advertising to eight minutes. You will remember the time when the CBC had to cut some of the American programs it imported in order to make room for more than eight minutes.

At the other end of the spectrum, I think there should be programs without any advertising. And in between, more programs with lower levels of advertising. What would those programs be? Well, you could have programs—and we do that now—with interruptions every half hour, and variations of that. And more programs without any advertising. The impact of all that, which is our desirable policy, is if we apply that now, we would not make enough revenue to do what we are doing.

Ms McDonald: Is it realistic to replace any of your revenues from the sale of commercial spots with say sales of programs and sales of discs and things of that sort?

Mr. Juneau: No. Look—

Ms McDonald: Not even within the foreseeable future?

Mr. Juneau: I am sure we can provide you with detailed information on that, but I would suggest you look up the revenues the British or the French make by the sale of their programs, and you know they are two or three times the size of Canada in the size of their populations. The sales of the British around the world are not remarkable, and the sales of the French in the United States, or around the world for that matter, are negligible. I do not think there is a—

• 1520

Ms McDonald: So this is going to remain a close to zero category.

Mr. Juneau: One has to be careful. They are not really sales, but in co-productions we do get a contribution from television networks in other countries to certain productions, either of ours or of independent producers or private producers, and these participations or financial involvements can be significant. They are not sales, but financially they are significant. *Anne of Green Gables*, there was considerable participation by PBS. It is not really a sale though.

Ms McDonald: But it reduces costs.

[Translation]

Que se passerait-il alors? Idéalement, aucune émission ne devrait comporter 12 minutes de publicité par heure. J'hésite à mentionner un chiffre précis pour les émissions hautement commerciales—et ne me demandez pas lesquelles—mais je crois que, toute chose étant égale dans un meilleur contexte financier ou dans un meilleur ensemble de circonstances, qu'on pourrait peut-être tolérer huit minutes de publicité dans les émissions qui s'y prêtent plus facilement. Je sais que les réseaux américains limitaient auparavant la publicité à huit minutes par heure, mais je ne sais pas si cela a changé. Vous vous souviendrez qu'à une époque, Radio-Canada devait couper une partie des émissions américaines afin de pouvoir y insérer plus de huit minutes d'annonces publicitaires.

À l'autre extrémité du spectre, on devrait retrouver des émissions sans aucune publicité. Et entre les deux, davantage d'émissions comportant un niveau de publicité moins élevé. Quelles seraient ces émissions? Ce pourrait être des émissions, comme il y en a actuellement, qui sont interrompues toutes les demi-heures, ou quelque chose du genre. Il faudrait aussi plus d'émissions sans publicité. Si nous commençons à le faire maintenant, nous n'aurons pas assez de recettes pour appliquer la politique.

Mme McDonald: Serait-il réaliste de remplacer certaines recettes commerciales par des ventes d'émissions, de disques et d'autres choses du genre?

M. Juneau: Non. Regardez. . .

Mme McDonald: Même pas dans un avenir rapproché?

M. Juneau: Nous pouvons certainement vous fournir des renseignements détaillés sur ce sujet. Cependant, vous auriez avantage à examiner les recettes que retirent la Grande-Bretagne ou la France de la vente de leurs émissions; comme vous le savez, ce sont des pays dont la population est deux ou trois fois plus grande que celle du Canada. Les ventes des Britanniques à l'échelle mondiale ne sont pas extraordinaires et les ventes des Français aux États-Unis, voire dans le monde sont négligeables. Je ne crois pas qu'il y ait. . .

Mme McDonald: C'est donc pratiquement insignifiant.

M. Juneau: Il faut être prudent. Il ne s'agit pas vraiment de ventes, mais pour les coproductions, les réseaux de télévision d'autres pays nous versent une participation pour les émissions que nous produisons nous-mêmes ou qui sont produites par des indépendants ou pas le privé; cette participation financière peut être importante. Il ne s'agit pas de ventes, mais c'est important du point de vue financier. Le réseau PBS a contribué beaucoup à la production de *Anne of Green Gables*, mais il ne s'agit pas à proprement parler d'une vente.

Mme McDonald: Mais cela réduit les coûts.

[Texte]

Mr. Juneau: That is right, it does reduce costs.

Ms McDonald: I am not surprised by any of your answer, but one does want to look for rays of hope.

Mr. Juneau: If you do not mind, I will go on a bit about co-productions. A co-production is certainly not negligible in my view and in the view of my colleagues as a way to reduce costs. However, every country in the world that has a broadcasting problem at the moment is talking about co-production as a way to reduce their costs, and so the competition is getting greater and greater.

I would warn that co-production is not a miracle solution either. There is another problem with co-production. There are cases where co-productions are the best of all worlds. You produce a very good Canadian program. It has cultural value, significance, and it is entertainment, and it is also pleasant for other audiences. But that is in the best of all worlds. There are also all the cases where the co-production is a compromise, and not a very happy one. So from a financial point of view you achieve your goals, but you have made so many compromises that you do not achieve your cultural goal.

The Chairman: Ms McDonald, Mr. Juneau, I regret that the clock imposes compromises too.

Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Juneau, tout d'abord, vous me permettez de faire un commentaire sur l'annonce qui nous a été faite hier par M. Delaney: les gens de la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean vont pouvoir bénéficier des services d'un correspondant de Radio-Canada à compter du mois de mars prochain. Je ne sais pas si c'est le fruit du hasard ou si c'était planifié, mais il reste que, pour la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean, c'est une excellente nouvelle. Lors des discussions que nous avons eues ensemble, ainsi qu'avec M^{me} Poulin, on avait parlé des services intégraux de Radio-Canada et d'un bulletin d'informations télévisé. Cette troisième approche du correspondant est, pour notre région, un service additionnel qui sera sûrement apprécié. Cela ne faisait pas partie des approches dont on avait discuté au départ, mais c'est tout de même un service additionnel pour les gens de notre région. Cela va permettre à ce bassin francophone de 300,000 habitants d'être beaucoup plus présent au réseau national en fin de soirée. Je tiens à vous dire que nous sommes heureux de cette décision de Radio-Canada.

Ceci m'amène à vous parler de la question de la distinction à faire entre le contenu national, local et régional. Auriez-vous avantage, au point de vue financier, à remplacer les stations à part entière de Radio-Canada par des affiliés? Pouvez-vous nous donner certains renseignements là-dessus?

M. Juneau: Si je devais répondre très brièvement, je dirais non. Jusqu'à maintenant, toutes les commissions d'enquête que je connais ont recommandé que Radio-Canada en vienne un jour à remplacer ses stations affiliées par des stations de Radio-Canada. La raison n'est pas

[Traduction]

M. Juneau: C'est exact, cela réduit les coûts.

Mme McDonald: Votre réponse ne me surprend pas mais il faut bien vivre d'espoir.

M. Juneau: Si vous n'y voyez pas d'objection, j'aimerais vous parler davantage des coproductions. À mon avis, et à celui de mes collègues, la coproduction contribue beaucoup à la réduction des coûts. Cependant, tous les pays qui ont des problèmes de radiodiffusion à l'heure actuelle veulent se lancer dans la coproduction pour réduire les coûts et la concurrence devient féroce.

Je dois vous dire que la coproduction n'est pas non plus une solution miracle. Elle pose un autre problème. Dans certains cas, c'est la meilleure solution. Si le produit est une très bonne émission canadienne, qui a une valeur et une importance culturelles, qui est divertissante et qui est appréciée par les auditoires d'autres pays, c'est la meilleure solution dans le meilleur des cas. Dans certains autres, la coproduction est un compromis, et pas très heureux. Donc du point de vue financier, les objectifs sont atteints, mais les compromis sont tels que c'est l'objectif culturel qui est raté.

Le président: Madame McDonald, monsieur Juneau, je regrette que le temps passe et nous impose aussi des compromis.

Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Juneau, first allow me to comment on the announcement made to us yesterday by Mr. Delaney that the people of the Saguenay—Lac-Saint-Jean region would benefit from the services of a CBC correspondent as of next March. I do not know if it is by chance or if it was planned, but this is still excellent news for the Saguenay—Lac-Saint-Jean region. In our discussions together with Ms Poulin, we talked about the full CBC services and a televised newscast. This third item, a correspondent, is an additional service that will certainly be appreciated by our region. It was not among the things that were first discussed, but it is still an additional service for the people of our region. It will enable this population of 300,000 francophones to be much more present on the national network in the late evening. I must tell you that we are pleased with this decision by the CBC.

This leads me to raise the issue of the distinction between national, local and regional content. Would it be financially beneficial for you to replace wholly owned CBC stations with affiliates? Can you give us some information on that?

Mr. Juneau: The short answer to that would be no. Until now, all commissions of inquiry that I know of have recommended that the CBC one day replace its affiliate stations with its own. The reason is not hard to understand. A private station, affiliated or not, can only

[Text]

difficile à comprendre. Une station privée, affiliée ou non, ne peut pas survivre si elle ne fait pas de profits. Beaucoup des émissions de Radio-Canada sont faites en fonction d'un mandat et non dans le but de faire des profits. Si on ne faisait, à Radio-Canada, que des émissions dans le but d'aller chercher des recettes commerciales et des profits, on serait capables de faire fonctionner Radio-Canada sans subventions, mais ce ne serait plus Radio-Canada.

• 1525

Il y a donc un conflit évident entre le mandat et les objectifs culturels de Radio-Canada et la nécessité pour les stations privées de faire des profits. C'est pour cela, d'ailleurs, qu'aucun affilié ne prend 100 p. 100 de la programmation de Radio-Canada.

Du côté français, les pourcentages sont un peu plus élevés que du côté anglais. Du côté anglais, les pourcentages sont à peu près de 75 p. 100; c'est-à-dire que 25 p. 100 de la programmation de Radio-Canada n'est pas transmise.

Chaque fois que Radio-Canada veut augmenter le nombre d'émissions transmises par les stations privées, il y a des négociations difficiles. C'est ce qui s'est produit quand Radio-Canada a voulu faire le *National* et le *Journal*. Je n'y étais pas, mais les négociations entre Radio-Canada et les stations affiliées ont été extrêmement difficiles. Les stations affiliées ne voulaient pas donner l'espace de 10 heures parce qu'elles voulaient l'utiliser pour des programmes américains ou pour des programmes plus commerciaux. Elles ne voulaient pas non plus consacrer une heure entière, de 10 heures à 11 heures, à l'information. Radio-Canada a quand même réussi, mais cela a été très pénible. Tous les ans, il y a des discussions de ce genre, même quand il s'agit d'ajouter ou de déplacer une seule demi-heure dans la grille.

Il n'y a rien de très scandalisant là-dedans, bien que je croie qu'elles vont parfois un peu trop loin. En soi, c'est quelque chose de normal, parce que les deux objectifs sont différents. C'est pour cela que les commissions d'enquête ont toujours dit: Il vaudrait mieux qu'à la longue, Radio-Canada ait ses propres stations. Il y a un conflit dans la nature même des deux types de services.

M. Blackburn (Jonquière): Mais entre les deux philosophies, celle d'avoir des affiliés qui diffusent tel pourcentage de la programmation de Radio-Canada et celle d'avoir vos propres stations qui diffusent le service intégral de Radio-Canada, quelle est celle que Radio-Canada préconise présentement?

M. Juneau: Nous croyons, comme je l'ai souvent dit aux radiodiffuseurs privés, que les radiodiffuseurs privés préféreraient ne pas être affiliés à Radio-Canada. Ils préféreraient être dans un marché où ils pourraient ne pas être affiliés, ce qui n'est pas toujours possible. Il y a des marchés où ils pourraient se désaffilier, mais il n'en reste plus beaucoup maintenant. Étant donné la multiplication des stations au Canada, il n'y a pas

[Translation]

survive if it is profitable. Many CBC programs are broadcast to fulfill a mandate and not to make money. If *Radio-Canada* did programs only to secure commercial revenue and make profit, we could certainly have *Radio-Canada* operating without any kind of subsidies, but it would not be *Radio-Canada* any more.

So there is clear conflict between the mandate and the cultural objectives of *Radio-Canada* and the need for private stations to make a profit. So that is why no affiliate actually takes 100% of *Radio-Canada's* programming.

On the French side, the percentages are a bit higher than on the English side. On the English side, the percentages are about 75%; which means that about 25% of CBC's programming is not rebroadcast.

Every time that the CBC wants to increase the number of programs broadcast by private stations there are difficult negotiations. That is what happened when the CBC wanted to do the *National* and *The Journal*. I was not there, but the negotiations between the CBC and its affiliates were extremely difficult. The affiliates did not want to give up the 10 a.m. slot because they wanted to use that for American programs or more commercial programs. And they did not want to put a whole hour, from 10 a.m. to 11 a.m. into news. The CBC did manage, however, but it was very hard. Every year you have discussions like that even when all you are trying to do is add a little half hour slot or move it around.

There is no big scandal there although I find that sometimes they go a little far. In itself, it is something quite normal because the two objectives are different. That is why any task force set up has always come to the conclusion that, in the long run, it would be best for the CBC to have its own stations. There is a conflict that is due to the very nature itself of the two kinds of services.

Mr. Blackburn (Jonquière): But between those two philosophies, having affiliates that rebroadcast such a percentage of the CBC's programming and having your own stations rebroadcasting the CBC's programming down to the last detail, what actually would be the CBC's choice?

Mr. Juneau: As I have often told private broadcasters, we believe that private broadcasters would prefer not to be affiliated to the CBC. They would prefer to be in a market where they could have the choice of not being affiliated and that is not always possible. There are markets where they could disaffiliate but there are not very many of those anymore. Because of the multiplication of stations across Canada, there are not

[Texte]

beaucoup de marchés qui pourraient accueillir une station désaffiliée. Il ne reste plus beaucoup de marchés lucratifs. Mais idéalement, les stations affiliées aimeraient mieux ne pas être affiliées et pouvoir poursuivre une politique purement commerciale. Nous, idéalement, nous préfererions avoir des stations de Radio-Canada partout.

Je voudrais essayer de détruire un mythe. Il est absolument faux qu'il en coûterait plus cher à Radio-Canada d'exploiter ses propres stations. Je vais vous donner un cas qui peut être vérifié par n'importe quelle maison de comptabilité, le cas de London. Radio-Canada avait un affilié depuis des années à London et, récemment, l'affilié de Radio-Canada, CFPL, a demandé de se désaffilier. Nous nous sommes mis d'accord et le CRTC a aussi donné son accord. Nous allons donc construire une station à London. Nous croyons que nous allons non seulement payer tous les frais d'exploitation de la station de London avec les revenus commerciaux dont nous allons bénéficier complètement, mais aussi payer les immobilisations dans trois à cinq ans, cela uniquement avec les recettes commerciales que nous allons retirer à London. Je crois que cela démontre de façon péremptoire qu'il est faux de dire qu'une station de Radio-Canada coûte plus cher. On a maintenant la situation d'un affilié à London, et nous devons payer pour avoir un affilié à London. On va payer tous nos frais de fonctionnement et même rembourser les immobilisations nécessaires pour acheter cinq ou sept émetteurs UHF. Cela coûte très cher, des émetteurs UHF. Avec les recettes commerciales, on va payer le service et amortir le coût de cinq à sept émetteurs UHF. Je pourrais vous donner d'autres exemples.

• 1530

Il y a de petits marchés où c'est un peu différent, où on aurait plus de difficulté. Si on voulait que ces petites stations prennent toute la programmation de Radio-Canada, il faudrait les subventionner. Donc, ce ne serait pas meilleur marché.

M. Blackburn (Jonquière): Est-ce que Radio-Canada a augmenté la part des productions régionales de Radio-Canada chez ses affiliés ou si le pourcentage de ces émissions diminue?

M. Juneau: Pour bien vous répondre, il faudrait que je vérifie. Je crois qu'en général, on a plutôt augmenté la part des émissions de Radio-Canada dans les stations depuis quelques années. Je ne crois pas qu'on l'ait diminuée. Si vous le voulez, monsieur le président, on pourra vérifier et vous donner les chiffres précis là-dessus.

Le président: S'il vous plaît. Monsieur Gormley.

Mr. Gormley: What will be the cost of increasing Canadian content on the English network to 95%, as has been announced?

Mr. Juneau: What will be the cost? Bill, do you think you can answer that off-hand?

Mr. W.T. Armstrong (Executive Vice-President, Canadian Broadcasting Corporation): It is made up of two

[Traduction]

very many markets that could support a disaffiliated station. There are not very many more lucrative markets left. However, ideally, affiliated stations would prefer not to be affiliated to pursue purely commercial policies. Ideally, we would prefer to have CBC stations everywhere.

I would like to try and lay low a myth. It is absolutely false that it would cost more for the CBC to have its own stations. I can give you a case that can be checked out by any accounting firm, the case of London. The CBC has had an affiliate for a number of years in London and quite recently, CFPL, the CBC affiliate, asked to disaffiliate. So we agreed and the CRTC also was in agreement. So we are going to build a station over in London. We believe that we are not only going to be able to pay all our operating costs for the London station out of commercial revenue we will be keeping completely for ourselves, but that we will also be able to pay the capital costs within three to five years simply with the advertising revenue that we are going to be earning in London. I think that is a clear demonstration that it is misleading to say that a CBC station is more expensive to run. We now have the status of an affiliate in London and we have to pay to have an affiliate in London. We will pay all our operating costs, and even pay back the capital cost necessary to buy five or six UHF transmitters. That kind of transmitter is very expensive. With the advertising revenue, we will pay the service and cover the cost of from five to seven UHF transmitters. I could also give you other examples.

There are some small markets where the situation is slightly different and where we would have more difficulties. If we would want those small stations to run all of the CBC's programming, we would have to subsidize them. Therefore, it would, not be less expensive.

Mr. Blackburn (Jonquière): Has the CBC increased its regional productions in its affiliated stations, or has the percentage of those programs gone down?

Mr. Juneau: I would have to check this so as to give you a complete answer. Nevertheless, I think that, in general, there has been an increase of the broadcasting of CBC programs in those stations in the last few years. I do not think that the percentage has gone down. If I may, Mr. Chairman, we could check and send you the specific data.

The Chairman: Please, yes.

M. Gormley: Combien coûtera l'augmentation du contenu canadien diffusé sur le réseau anglais pour atteindre les 95 p. 100, annoncés?

M. Juneau: Combien cela coûtera? Bill, avez-vous la réponse à cette question?

M. W.T. Armstrong (vice-président exécutif, Société Radio-Canada): Bien entendu, il y a deux aspects à cette

[Text]

things, of course. I will try to answer the question. . . A net figure of somewhere around \$50 million.

We will have to look at it very carefully. It is a three-year plan. It is now in the early stages of being planned as to what will be changed. For example, if we drop some American programs, we will save the cost of the purchase of those programs. What we will replace them with and what will that cost. . . all this fine-tuning is going to go on in the next two or three months, because we must have a formal plan ready by about January.

So when I say that amount of money, I know that there is a gap in what we see right off the bat that we can do. We are going to have to get that money in one way or another. And part of it is increasing commercials. You asked what it will cost. I do not know how much the total bill will be, but we will have to find some extra revenue of about that amount.

Mr. Gormley: There is great concern that regional programming will be one of the ways to make up that cost.

Mr. Armstrong: That will not be the case. In fact, the plan involves a substantial increase in the amount of programming that will come from the regions and be seen on the network. Again, I do not quote the figures, but it is at least twice, if not a little more.

The Chairman: Excuse me, Mr. Armstrong, is that \$50 million per year once the plan is implemented?

Mr. Armstrong: I think that is. . . I would rather reserve the final answer, if I may, just to check.

The Chairman: Was it \$50 million over three years, or \$50 million over one year?

Mr. Armstrong: I think it is \$50 million. . . I am sorry; I am going to have to check.

Mr. Gormley: Could you give us an answer in writing to that—

Mr. Armstrong: Yes, I will get it for you.

Mr. Gormley: Thank you.

Mr. Armstrong: As a matter of fact, I am not sure. Maybe Steve or James would know.

Mr. Steve Cotsman (Vice-President, Finance, Canadian Broadcasting Corporation): I think as Mr. Armstrong explained it, the \$50 million is a net cost, and that would be roughly the amount it would take over the three years to get up to the 95%. But as he has also pointed out, we have to do a lot more refining of that number before we can give you a definitive answer.

[Translation]

question. Je vais essayer de vous répondre. . . je crois environ 50 millions de dollars.

Il faudra étudier ce projet, qui s'échelonne sur trois ans, très attentivement. Pour le moment, on en est à l'étape de la planification de ce qu'on veut changer. Ainsi, par exemple, si l'on cesse de diffuser certaines émissions américaines, cela nous économisera l'achat des droits de diffusion. Il faudra ensuite se pencher sur les émissions qui les remplaceront et sur ce que ces dernières coûteront. . . Tout cela se fera au cours des deux ou trois prochains mois, car il faudra que notre projet soit prêt d'ici le mois de janvier.

En conséquence, quand je cite cette somme, c'est le sachant parfaitement dès le départ, qu'il y aura un manque à gagner. Il faudra combler ce manque d'une façon ou d'une autre. Les recettes publicitaires représentent une partie de la solution. Cela dit, vous avez demandé combien cela coûterait. Je ne sais pas à combien tout cela montera, mais il faudra trouver des recettes supplémentaires qui correspondent à peu près au même montant.

M. Gormley: On se demande beaucoup si cette programmation régionale servira à combler ces coûts.

M. Armstrong: Non. En fait, il est même prévu qu'on augmente considérablement la programmation régionale à diffuser sur l'ensemble du réseau. Encore une fois, je ne vous cite pas de chiffres précis, mais je sais que cela représentera au moins le double des sommes actuelles et même un peu plus peut-être.

Le président: Excusez-moi, monsieur Armstrong, est-ce que ces 50 millions de dollars par année seront affectés une fois le projet mis en oeuvre?

M. Armstrong: Je pense. . . Si vous permettez, j'aimerais réserver ma réponse jusqu'à ce que j'ai vérifié les chiffres.

Le président: S'agit-il de 50 millions de dollars échelonnés sur trois ans ou sur un an?

M. Armstrong: Je crois qu'il s'agit. . . excusez-moi, il faut que je vérifie.

M. Gormley: Auriez-vous l'obligeance de nous répondre par écrit. . .

M. Armstrong: Oui, volontiers.

M. Gormley: Merci.

M. Armstrong: Je ne suis pas sûr. Peut-être que Steve ou James sont plus au courant que moi.

M. Steve Cotsman (vice-président, Finances, Société Radio-Canada): Comme l'a expliqué M. Armstrong, le montant de 50 millions de dollars correspond à un coût net, et représente les sommes approximatives qu'il faudra dépenser sur trois ans pour atteindre les 95 p. 100. Cependant, comme il vous l'a aussi précisé, il faudra que nous fassions beaucoup plus de calculs pour vous donner une réponse définitive.

[Texte]

The Chairman: It is \$50 million per year over three years.

Mr. Gormley: Or total.

Mr. Cotsman: The total over the three years is what we have to find.

The Chairman: And then each year thereafter?

Mr. Juneau: What Steve is saying is that in the third year it would have reached \$50 million, so it would build up to \$50 million. The increase at the third year would be \$50 million.

Mr. Armstrong: But there is an understanding that we will make other money.

• 1535

Mr. Juneau: We are not talking—and that is very important, of course—of going to the government and asking for \$50 million more for that purpose. What we have said in our corporate plan and in the rather important press release we put out—last week, I think—is that we intend to make a considerable effort to find a large part of that money by redirection and by additional revenue. We have talked of a sort of partnership with the government where we would say that we will do that 95% we all think is so important, but we will need a bit of support.

Mind you, we think it has to be done and we have done enough searching and enough study to think that it can be done with some help from the government. So we are positive in that respect.

Mr. Gormley: What kind of partnership with government?

Mr. Juneau: Well, part of that money would have to come from Parliament.

Mr. Gormley: In what form? A direct appropriation?

Mr. Juneau: Oh, an increase in our appropriation, yes.

Mr. Gormley: Without an increase in your appropriation above what is projected now, is this doable?

Mr. Juneau: It will be difficult. This is where we have to do more homework. Every year we get some relief from government and Parliament; although we are not compensated for the whole of inflation, Treasury Board will consider some specific things, on which they will say well, you are right, we have to. . . For instance, CAPAC and PROCAN: they say that is not only inflation, it is a decision of a tribunal and therefore we will compensate you for that. That helps. There is a 7% tax on telecommunications; we may get reimbursement for that. So it is so much money that we will not have to take out of our budget.

[Traduction]

Le président: Il s'agit donc de 50 millions échelonnés sur trois ans.

M. Gormley: Ou d'un total.

M. Cotsman: Ce qu'il nous faut, c'est précisément le total pour les trois ans.

Le président: Ensuite, pour chaque année suivante?

M. Juneau: Ce que Steve vous dit, c'est que la troisième année, la somme aura atteint 50 millions de dollars, donc un total de 50 millions au bout de ces trois ans.

M. Armstrong: Il est cependant entendu que nous trouverons d'autres recettes.

M. Juneau: Il n'est pas question—et cela est évidemment très important—de demander ces 50 millions de dollars au gouvernement. Nous disons dans notre plan d'entreprise et dans le communiqué de presse assez important que nous avons publié—la semaine dernière, je crois—que notre intention est de faire des efforts considérables pour trouver une bonne partie de ces fonds grâce à des réaffectations et à l'obtention de recettes supplémentaires. Nous envisageons une sorte de partenariat avec le gouvernement, dans le cadre duquel nous proposons d'atteindre ces 95 p. 100 qui, à notre avis à tous, sont si importants, mais nous aurons besoin d'un peu de soutien.

Remarquez, nous pensons qu'il faut le faire, et nous avons fait suffisamment de recherches et d'études pour croire que cela peut être accompli moyennant une certaine aide du gouvernement. Nous sommes donc optimistes à cet égard.

M. Gormley: Quelle sorte de partenariat avec le gouvernement?

M. Juneau: Eh bien, une partie de ces fonds devrait être fournie par le Parlement.

M. Gormley: Sous quelle forme? Un crédit direct?

M. Juneau: Oh, une hausse de nos crédits, oui.

M. Gormley: Cela est-il faisable sans augmentation de vos crédits actuels?

M. Juneau: Difficilement. C'est là que nous devons travailler davantage. Chaque année, nous obtenons une certaine aide du gouvernement et du Parlement; bien que nous ne soyons pas intégralement dédommagés de l'inflation, le Conseil du Trésor tiendra compte de certains éléments particuliers, au sujet desquels il conviendra que nous avons raison et qu'il doit. . . Par exemple, pour CAPAC et PROCAN: ils reconnaissent qu'il ne s'agit pas uniquement de l'inflation, mais d'une décision judiciaire. Nous recevrons donc un dédommagement. Cela nous aide. Une taxe de 7 p. 100 s'applique aux télécommunications; il se peut que nous obtenions un remboursement à ce titre. C'est donc autant que nous n'aurons pas à dépenser sur notre budget.

[Text]

Mr. Gormley: In their presentation to this committee, the private affiliates have advised us that "only a few have accepted willingly the terms proposed by the CBC". So as not to colour this, I am not going to describe it as a dispute, a stand-off, or anything else; but how do you respond to these statements? Secondly, the affiliates have told us that they would agree to a third-party mediator, as is suggested by the CRTC, but the CBC will not.

Mr. Juneau: More than half of them have accepted. It is 18 out of 30 who have signed. I think the president of their association says that they have signed under duress. Well, they have signed; it is a business deal and they have signed. They are not kids.

Mr. Gormley: But they say you have withheld up to 15% of money coming to them; you have threatened to end programming if they do not sign. If I am in Swift Current, Saskatchewan, or Prince Albert, Saskatchewan—

The Chairman: That is duress.

Mr. Gormley: —that is duress.

Mr. Juneau: Well, we negotiate with our unions, and we negotiated very tough deals with our unions in the last year or so. We certainly did not grant our union the kind of increase they wanted. They wanted \$35 million more.

Mr. Gormley: We are talking about the affiliates.

Mr. Juneau: That is right. The affiliates wanted \$35 million more. We said no. They said the same kind of thing as they always say, that we badly need them and they would cost us more to do what they are doing for us. Nonsense! We will give you the figures. It does not—

Mr. Gormley: Would you give us the figures?

Mr. Juneau: Sure. We have refused an arbitrator. Why should we accept an arbitrator? We are dealing with public funds and we are trying to get the best. . .

A supplier of journalistic services—I am not going to mention which, because it is a private business deal—wanted \$1 million more for our subscription this year, and we said no. They said okay, we will cut off services. We said go ahead. So we are paying the same price as we were paying last year.

Mr. Gormley: Do you accept the statement that the CRTC has the ultimate authority to settle this dispute, since it has the right to approve or not approve all affiliation agreements? So do you accept that the CRTC may in fact become involved in what you are telling us is simply a business deal on your new tough line in the corporation?

[Translation]

M. Gormley: Dans leur exposé au Comité, les stations affiliées privées nous ont informés que «seul un petit nombre avait accepté de bon gré les conditions proposées par Radio-Canada». Donc, pour ne pas dénaturer les faits, je ne parlerai pas à ce sujet de différend, d'opposition ou de quoi que ce soit du même genre; cependant, comment réagissez-vous à ces déclarations? En deuxième lieu, les postes affiliés nous ont déclaré qu'ils accepteraient la médiation d'une tierce partie, comme l'a suggéré le CRTC, mais que Radio-Canada n'est pas d'accord.

M. Juneau: Plus de la moitié d'entre eux ont accepté. Dix-huit sur 30 ont signé. Je pense que le président de leur association déclare qu'ils ont signé sous la contrainte. Eh bien, ils ont signé; il s'agit d'une transaction commerciale et ils ont signé. Ce ne sont pas des enfants.

M. Gormley: Ils déclarent cependant que vous avez retenu jusqu'à 15 p. 100 des fonds qui leur reviennent; vous avez menacé de mettre fin à la programmation s'ils ne signaient pas. Si je me trouve à Swift Current ou à Prince Albert en Saskatchewan. . .

Le président: Il s'agit d'une contrainte.

M. Gormley: . . . c'est une contrainte.

M. Juneau: Nous négocions avec nos syndicats, et nous avons négocié des ententes extrêmement difficiles avec nos syndicats au cours des 12 ou quelques derniers mois. Nous n'avons certes pas accordé à nos syndicats l'augmentation qu'il demandaient. Ils voulaient 35 millions de dollars de plus.

M. Gormley: Nous parlons des stations affiliées.

M. Juneau: C'est exact. Les stations affiliées voulaient 35 millions de dollars de plus. Nous avons refusé. Elles ont fait le genre de déclarations auxquelles elles recourent toujours, à savoir que nous avons grand besoin d'elles et qu'il nous en coûterait plus cher d'accomplir ce qu'elles font pour nous. C'est une absurdité! Nous vous donnerons les chiffres. Cela ne. . .

M. Gormley: Nous donneriez-vous les chiffres?

M. Juneau: Certainement. Nous avons refusé un arbitre. Pourquoi devrions-nous accepter un arbitre? Nous utilisons des fonds publics et essayons d'obtenir les meilleurs. . .

Un fournisseur de services journalistiques—je ne le nommerai pas, car il s'agit d'un contrat privé—voulait 1 million de dollars de plus pour notre abonnement cette année, et nous avons refusé. Il a dit que c'était très bien, qu'il arrêterait son service. Nous lui avons dit de le faire. En conséquence, nous payons le même prix que l'an dernier.

M. Gormley: Êtes-vous d'accord pour dire que le CRTC a le pouvoir ultime de régler ce différend, puisqu'il est habilité à approuver ou à rejeter tous les accords d'affiliation? Par conséquent, acceptez-vous que le CRTC puisse en fait intervenir dans ce qui constitue simplement, d'après ce que vous nous dites, un contrat privé dans le cadre de la nouvelle ligne dure que vous suivez à Radio-Canada?

[Texte]

[Traduction]

• 1540

Mr. Juneau: We think the CRTC should do what the Minister of Labour often does: let the parties negotiate. I am told the CRTC legally does not have the authority to do that. Of course they have a lot of moral authority. I think it would be better for the good management of the whole system if they let the CBC and the affiliates go on with their negotiations.

Mr. Gormley: But they have proposed a mediator.

Mr. Juneau: They have. They have not ordered it; they have proposed it. We have said we do not want a mediator.

Mr. Caldwell: Mr. Juneau, welcome. Just for the record, I hear reports that the statement I made to you some time back, the last time we met, also made the papers today in reference to Mr. Delaney. I understand I made the statement to you last time of "whining in public", and I guess that made the papers. When I said it to you, it did not get headlines. When I said it to Mr. Delaney, it did. So I will not repeat that. But I do welcome you here today.

I just want to follow up a little on what Mr. Gormley was saying. About the affiliates, one of the statements they made to us this morning was that basically you are putting a stranglehold on them in their commercial availabilities. For example, when they negotiated *The Journal* and *The National* at the very beginning, there were six availabilities to them. Now they are down to one. Is that a very fair situation, that they can now have only one availability, when they had six before?

Mr. Juneau: Mr. Caldwell, I am sorry, I am not familiar with that situation. We would gladly answer that in writing, if you like.

May I just say on this question of the affiliates, Mr. Caldwell, that from my information—and I have not heard about it for a while now—we think the small affiliates should be remunerated better. So we recognize in some cases we should deal better with the small affiliates. We think the bigger affiliates do not need more money; they actually could do with less and still make a profit.

Mr. Caldwell: Another bit of house cleaning... You have mentioned London again—if I can paraphrase what you were saying to Mr. Blackburn, that you are going to be pretty aggressively selling in that market. Was there not agreement that you would not do that?

Mr. Juneau: I know that situation very, very well. What happened was this. We applied to sell local advertising in London. CFPL, in their appearance before the CRTC, said

M. Juneau: Nous pensons que le CRTC devrait faire ce que le ministre du Travail fait souvent: laisser les parties négocier. On me dit que légalement le CRTC n'a pas ce pouvoir. Bien entendu, il a un grand pouvoir moral. Je pense qu'il vaudrait mieux, pour la bonne gestion de tout le système, que le CRTC laisse Radio-Canada et les stations affiliées poursuivre leurs négociations.

M. Gormley: Mais il a proposé un médiateur.

M. Juneau: C'est vrai. Il n'a pas donné d'ordre; il a fait une proposition. Nous avons déclaré que nous ne voulions pas de médiateur.

M. Caldwell: Bienvenue, monsieur Juneau. Juste une mise au point: je me suis laissé dire que la déclaration que je vous ai faite il y a un certain temps, la dernière fois que nous nous sommes rencontrés, a également fait les manchettes aujourd'hui par rapport à M. Delaney. À ce que je crois savoir, je vous ai déclaré la dernière fois que vous «pleurnichiez en public», et je crois que la presse en a fait état. Quand je vous ai fait cette déclaration, elle n'a pas fait les manchettes. Quand je l'ai dit à M. Delaney, cela a fait les manchettes. Donc, je ne le répéterai pas. Je tiens cependant à vous souhaiter la bienvenue ici aujourd'hui.

Je voudrais seulement poursuivre un peu dans la ligne de ce que M. Gormley déclarait. Au sujet des stations affiliées, l'une des choses qu'ils nous ont affirmée ce matin est que, au fond, vous les teniez à la gorge pour ce qui est des émissions dont ils disposent commercialement. Par exemple, lorsqu'elles ont négocié *The Journal* et *The National* au tout début, elles avaient six émissions au choix. Maintenant, elles n'en ont plus qu'une. Est-ce là bien juste, qu'elles n'aient maintenant qu'une seule possibilité, alors qu'elles en avaient six auparavant?

M. Juneau: Je suis désolé, monsieur Caldwell, mais je ne suis pas au courant de cette situation. Nous serions heureux d'y répondre par écrit si vous le désirez.

J'aimerais simplement déclarer au sujet des stations affiliées, monsieur Caldwell, que d'après les renseignements dont je dispose—et cela fait maintenant un certain temps que je n'en ai pas entendu parler—nous croyons que les petites stations affiliées devraient être mieux rémunérées. Nous reconnaissons par conséquent dans certains cas que nous devrions offrir de meilleures conditions aux petites stations affiliées. Nous pensons que les plus importantes d'entre elles n'ont pas besoin de plus d'argent; en réalité, elles pourraient s'en tirer avec moins d'argent et réaliser quand même un bénéfice.

M. Caldwell: Encore un peu de ménage... Vous avez parlé de nouveau de London—si je puis paraphraser votre déclaration à M. Blackburn, vous allez être assez agressif sur ce marché. N'était-il pas entendu que vous vous absteniez d'agir de la sorte.

M. Juneau: Je connais très très bien cette situation. Voici ce qui s'est passé. Nous avons présenté une demande de vente de publicité locale à London. La station

[Text]

they would prefer us not to do that, but they would go ahead with their application anyway if we were allowed to. The CRTC put a condition on our licence that we should not sell. The law provides for us to ask for a consultation with the CRTC in such cases. We got the consultation. We explained why we wanted to sell locally. The CRTC turned us down anyway. We appealed to the Minister, and the appeal is before the Minister. This is not a court case, so we can talk about it quite freely.

We think we could operate in London the way I said to Mr. Blackburn. There would be a risk, but we could operate and recover our costs in London without local sales. There would be a risk, because we would repay the transmitters more slowly because we would get less local revenue, less revenue. In the meantime, we would have to cut somewhere else to compensate for that lack of revenue. But the worst thing, we are telling the CRTC and the Minister, is that we are not a business organization. What if we make a little more money in London? We have a thousand places where we can spend that money for the benefit of the public—the north, the English station in Quebec City, the French station in Regina—where we do not make any money at all. That is our position on that.

• 1545

Mr. Caldwell: I realize that. I guess it is the concern. And we had complaints from people trying to sell advertising in Quebec City, that you were giving cut rates there as well.

Mr. Juneau: We are willing to submit that to an arbitrator any time, because we think that is BS.

Mr. Caldwell: The point I am trying to make is the concern regarding fragmentation of markets. If you push these affiliates too hard in some cases. . . As much as you say "it might be cheaper to put our own tower in there and go in and broadcast and forget about them". . . But then if they do that, you are fragmenting the market. If you push them hard enough, are they not going to join up with Global or someone else, where they feel it is much more profitable?

Mr. Juneau: Mr. Caldwell, in London it is CFPL who applied for the disaffiliation, not us.

Mr. Caldwell: Just set London aside. But there are other areas of Canada where we are getting twin-sticking all over the country, fragmenting the market, which means the viewership—there are only so many viewers to go around—of CBC and *Radio-Canada* will start to decrease.

[Translation]

CFPL, lorsqu'elle a comparu devant le CRTC, a déclaré qu'elle préférerait que nous nous en abstenions, mais qu'elle maintiendrait sa demande de toute manière si nous obtenions une autorisation. Le CRTC nous a accordé une licence à la condition que nous ne fassions pas de vente. La loi exige que nous consultations le CRTC dans les cas de ce genre. Nous avons obtenu cette consultation. Nous avons expliqué les raisons pour lesquelles nous voulions vendre de la publicité locale. Le CRTC a rejeté nos arguments de toute façon. Nous avons porté la chose en appel devant le ministre, qui est actuellement saisi de la question. Il ne s'agit pas d'une poursuite judiciaire, de sorte que nous pouvons en parler assez librement.

Nous pensons être en mesure de mener à London les activités que j'ai décrites à M. Blackburn. Il y aurait un risque, mais nous pourrions fonctionner et récupérer nos frais à London sans vente locale. Il y aurait un risque, parce que nous rembourserions les émetteurs moins vite en raison des recettes locales moindres que nous obtiendrions. Dans l'intervalle, nous devrions sabrer ailleurs afin de compenser cette insuffisance de recettes. Mais le pire, déclarons-nous au CRTC et au ministre, est que nous ne sommes pas une entreprise privée. Qu'y a-t-il de mal à ce que nous gagnions un peu plus d'argent à London? Nous avons un millier d'endroits où nous pourrions dépenser cet argent au profit du public—le Grand Nord, la station anglaise de Québec, la station française de Regina—des endroits où nous ne gagnons absolument rien. Voilà notre position à ce sujet.

M. Caldwell: Je le sais. Je crois que c'est là la préoccupation. Nous avons reçu des plaintes de gens qui essaient de vendre de la publicité à Québec, selon lesquels vous réduisez également les tarifs là-bas.

M. Juneau: Nous sommes prêts à soumettre cette question à un arbitre n'importe quand, parce qu'à notre avis ce sont des foutaises.

M. Caldwell: Le point que j'essaie de faire valoir est la préoccupation que suscite la fragmentation des marchés. Si vous êtes trop durs avec ces stations affiliées dans certains cas. . . Tout comme vous déclarez «qu'il serait peut-être meilleur marché d'installer notre propre tour à cet endroit, d'y diffuser et de ne pas s'occuper d'eux». . . Mais s'ils font cela, vous fragmentez le marché. Si vous les poussez suffisamment à bout, ne vont-elles pas passer chez Global ou quelqu'un d'autre, où elles pensent avoir des conditions beaucoup plus rentables?

M. Juneau: Monsieur Caldwell, à London c'est CFPL qui a demandé à se désaffilier, pas nous.

M. Caldwell: Laissons London de côté. Il existe d'autres régions au Canada où il y a jumelage d'antenne, ce qui fragmente le marché. Cela signifie que le nombre de spectateurs—car ils sont en nombre limité—qui regardent CBC et *Radio-Canada* commence à diminuer.

[Texte]

Mr. Juneau: Mr. Caldwell, two things about that. There is no case where we have tried to push an affiliate out of the CBC. In all cases it is the affiliate who has come to us and asked for disaffiliation. In some cases it is by mutual agreement. There is no pushing on our part.

Mr. Caldwell: I am taking it that you feel there is not pushing. They feel there is pressure, that—

Mr. Juneau: No, no. You are right, there is a difficult negotiation on how much compensation we should pay to them, but I do not think there is the slightest indication that we are pushing some of the affiliates out of the affiliation agreement. I doubt that very much.

Mr. Caldwell: There are a few other questions, Mr. Juneau, I would like to get on the record, just to get your comments on them so we have them. On radio affiliation, what is the situation there? Are there many radio stations still affiliated with CBC?

Mr. Juneau: There are very few, and I do not think we have any conflicts or negotiation problems in the case of radio affiliates.

Mr. Armstrong: There are about 18, I think, left in French and English combined. They are very happy to be with us. They carry very, very little programming.

Mr. Caldwell: So what are they carrying? Is it basically the newscast?

Mr. Armstrong: I cannot remember the exact number of hours, but it is one newscast—the first two hours of *Sunday Morning*, things of that kind.

Mr. Juneau: It is almost syndication, is it not?

Mr. Armstrong: We do not pay them anything, and they do not make any money out of it because it is not commercial.

Mr. Caldwell: Are you making any money off the syndicated programs going to the U.S., any of the programs that are going on PBS radio?

Mr. Armstrong: Yes. *As It Happens*, *Sunday Morning*. Those ones.

Mr. Caldwell: What do they pay you for that? Very much?

Mr. Armstrong: I cannot remember the exact figures. I can get them for you. We do not recover the cost of the program. We recover the cost of making them available in the States. There is no money going out of our normal coffers.

Mr. Caldwell: Mr. Juneau, you made the statement when you were appearing before the CRTC for licence renewal for the radio stations that you were going to ask

[Traduction]

M. Juneau: Monsieur Caldwell, deux remarques à ce sujet. Il n'existe pas un seul cas où nous ayons essayé de faire sortir une station affiliée du réseau CBC. C'est toujours la station affiliée qui est venue nous demander de se désaffilier. Dans certains cas, la désaffiliation se fait par accord mutuel. Nous n'exerçons aucune pression.

M. Caldwell: Je suppose qu'à votre avis il n'y a aucune pression. Eux estiment que vous exercez des pressions, que...

M. Juneau: Non, non. Vous avez raison, le montant de la rémunération que nous devrions leur verser fait l'objet de négociations difficiles, mais je ne crois pas qu'il existe le moindre indice que nous poussions certaines des stations affiliées à se désaffilier. J'en doute fort.

M. Caldwell: Il y a quelques autres questions, monsieur Juneau, que j'aimerais poser uniquement pour que votre avis figure au procès-verbal. Quelle est la situation dans le domaine des stations de radio affiliées? Y a-t-il encore beaucoup de stations de radio affiliées à CBC?

M. Juneau: Elles sont très peu nombreuses, et je ne crois pas que nous ayons de conflit ou de problème de négociation dans le cas des stations de radio affiliées.

M. Armstrong: Il en reste environ 18, je crois, réseaux français et anglais confondus. Elles sont très heureuses d'être dans notre réseau. Elles diffusent très très peu d'émissions.

M. Caldwell: Alors que diffusent-elles? S'agit-il essentiellement du bulletin de nouvelle?

M. Armstrong: Je n'arrive pas à me rappeler le nombre exact d'heures, mais il y a un bulletin de nouvelle, les deux premières heures de *Sunday Morning*, des choses de ce genre.

M. Juneau: C'est presque de la souscription, n'est-ce pas?

M. Armstrong: Nous ne leur versons rien, et ils n'en tirent rien parce qu'il ne s'agit pas d'émissions commerciales.

M. Caldwell: Tirez-vous de l'argent des émissions souscrites qui sont vendues aux États-Unis, des émissions qui passent à la radio de PBS?

M. Armstrong: Oui. *As It Happens*, *Sunday Morning*. Ces émissions-là.

M. Caldwell: Qu'est-ce qu'ils vous paient pour cela? Un très gros montant?

M. Armstrong: Je ne puis me rappeler les chiffres exacts. Je peux vous les obtenir. Nous ne récupérons pas le coût de l'émission. Nous récupérons ce qu'il nous en coûte de la rendre disponible aux États-Unis. Aucun argent ne sort de nos coffres.

M. Caldwell: Monsieur Juneau, vous avez déclaré lors de votre comparution devant le CRTC afin d'obtenir le renouvellement de la licence des stations de radio que

[Text]

the government for more money for radio. Why did you only ask for radio?

Mr. Juneau: That is not our position. I doubt I would have said that.

Mr. Caldwell: I always believe the media.

Mr. Juneau: I will tell you what our position is. It is in writing. What the board decided, Mr. Caldwell, at the meeting at the end of September—September 28 and 29 I think—was we must rearrange our budget to make sure we will not reduce radio more than it has been reduced already; and therefore in our redirections. . . First of all, we must protect radio. We are asking the government for some support for our overall budget, but the first thing we are going to do is maintain radio at the present level.

Mr. Caldwell: You also made a statement that no stations would be closed. I am not sure that was at the same time. But you have made that statement recently, referring I think to TV stations, that they will be cut back in programming. What is going to be their purpose other than being basically almost like an LRTP?

Mr. Juneau: Oh, no, I do not think so. At the moment our radio stations produce six, five hours, sometimes more.

• 1550

Mr. Caldwell: I am talking about the TV stations now.

Mr. Juneau: TV stations we are going to maintain everywhere. We do not do it in most TV stations. In many, many we do only one hour a day, the supper-hour show. In some we do two hours a day; but not very much more than that, anyway. In the bigger stations, Vancouver. . . Bill?

Mr. Armstrong: Yes, they all do one hour at the supper hour, and then some do two other half-hours during the week, and some only one.

Mr. Caldwell: I am not going to dwell on this, because we are not here to program the CBC. But why would you cut out the 11 p.m. newscast and keep the 6 p.m.-to-7 p.m., when basically. . .? Would those same people not be there on that same shift? What is the idea of that?

Mr. Armstrong: You do not mean the same audience would be there. You mean the same people would be there—

Mr. Caldwell: The same staff would be there, would they not?

[Translation]

vous alliez demander au gouvernement plus d'argent pour la radio. Pourquoi en avez-vous demandé uniquement pour la radio?

M. Juneau: Ce n'est pas là notre position. Je ne crois pas avoir déclaré cela.

M. Caldwell: Je crois toujours ce que disent les médias.

M. Juneau: Je vais vous décrire notre position. Elle est formulée par écrit. Le conseil a décidé, monsieur Caldwell, à la réunion tenue fin septembre—les 28 et 29 septembre, je crois—que nous devons réorganiser notre budget pour nous assurer de ne pas réduire la radio plus qu'elle ne l'est déjà; par conséquent, dans nos réorientations. . . En tout premier lieu, nous devons protéger la radio. Nous demandons au gouvernement une certaine aide à notre budget global, mais la première chose que nous allons faire sera de maintenir la radio à son niveau actuel.

M. Caldwell: Vous avez également déclaré qu'aucune station ne serait fermée. Je ne suis pas certain que vous l'ayez déclaré à la même occasion. Cependant, vous avez fait cette déclaration récemment, en faisant allusion je crois aux stations de télévision, en disant qu'il y aurait une réduction de la programmation. Quel sera leur objet, à part d'être au fond presque comme un LRTP?

M. Juneau: Oh non, je ne pense pas. À l'heure actuelle, nos stations de radio produisent 6, 5 heures, quelquefois plus.

M. Caldwell: Je parle maintenant des stations de télévision.

M. Juneau: Nous allons maintenir les stations de télévision partout. Nous ne le faisons pas dans la plupart des stations de télévision. Dans beaucoup, beaucoup de cas, nous ne faisons qu'une heure par jour, l'émission qui passe à l'heure du souper. Dans certains cas, nous faisons deux heures par jour, mais pas beaucoup plus, de toute manière. Dans les stations les plus importantes, à Vancouver. . . Bill?

M. Armstrong: Oui, elles font toutes une heure à l'heure du souper et certaines font deux autres demi-heures pendant la semaine, et certaines une seulement.

M. Caldwell: Je ne vais pas m'apesantir sur le sujet, car nous ne sommes pas ici pour programmer CBC. Mais pourquoi élimineriez-vous le bulletin de nouvelles de 23 heures et garderiez-vous celui de 18 heures à 19 heures, alors qu'au fond. . .? Est-ce que les mêmes personnes ne seraient pas là, pendant la même période? Quelle est la raison de tout cela?

M. Armstrong: Vous ne voulez pas dire que le même public serait là. Vous voulez parler des mêmes personnes. . .

M. Caldwell: Le personnel serait là, n'est-ce pas?

[Texte]

Mr. Armstrong: They probably will be redirected to do something else, that is all. They may be picked up from the afternoon. I cannot tell you directly without checking the operation schedule. But that would not be the main reason for it. I do not think.

Mr. Caldwell: Well, it was reported that the 11 p.m. newscast would be stopped.

Mr. Juneau: I have not seen that, Mr. Caldwell, so I am a bit puzzled. We can inquire, but I have taken part in many meetings on this subject and I have not heard that.

Mr. Caldwell: What about your access to cable with the radio signals? Do you have any comment on that? Did you have enough, or would you have any idea of percentages that—

Mr. Juneau: We would like to be carried by cable everywhere. As you know, we cover only 65% of the country with FM. We cover pretty well the whole country with AM; but with FM we cover only about 65% of the country in English or in French. So it would help a lot if the cable companies carried FM everywhere.

Mr. Caldwell: Do you think we should make the recommendation that the cable companies remove the foreign stations from their broadcasting?

Mr. Juneau: Frankly, we have not discussed that. But we are not terribly hot about removing other stations.

Mr. Caldwell: I am talking about the distant stations. I am talking about bringing in the distant stations from—

Mr. Juneau: If it keeps the CBC off, if it is necessary to put the CBC on, then yes. But otherwise, it is like CNN and the news network we have applied for. We have made it very, very clear we are not recommending removing CNN from cable.

We have not discussed the case of radio, but offhand our disposition I think would be no. The audience for foreign radio stations I think is not very great.

Mr. Gormley: I have a couple of questions on the legislative amendments we have dealt with in our committee reports. On page 29 of your brief you have informed us of the history of the recommendation to separate the position of chairman and the position of president, and you inform us that in 1968, when the act was done, that was rejected as a thought. But we did not receive a comment on the suggestion that this be done now. Has the board of directors dealt with this question? If so, how?

Mr. Juneau: The board of directors has not dealt with this question. We did broach it several meetings ago, and there did not seem to be any inclination on the part of the board to take a position on that matter.

[Traduction]

M. Armstrong: Il serait probablement réaffecté à d'autres tâches, c'est tout. Ce pourrait être des gens choisis parmi le personnel d'après-midi. Je ne peux vous répondre directement sans vérifier le calendrier de fonctionnement. Cependant, ce ne serait pas là la principale explication, je ne crois pas.

M. Caldwell: Eh bien, on a déclaré que le bulletin de nouvelles de 23 heures serait supprimé.

M. Juneau: Je n'en ai pas entendu parler, monsieur Caldwell, de sorte que je suis un peu déconcerté. Nous pouvons nous renseigner, mais j'ai pris part à bien des réunions à ce sujet et n'en ai pas entendu parler.

M. Caldwell: Qu'en est-il de l'accès au câble de vos signaux radio? Avez-vous quelques remarques à faire à ce sujet? En aviez-vous suffisamment ou avez-vous une idée quelconque des pourcentages qui. . .

M. Juneau: Nous aimerions être diffusés par le câble partout. Comme vous le savez, nous ne couvrons que 65 . 100 du pays en MF. Nous couvrons la quasi totalité du pays en MA. Cependant, avec la MF nous ne couvrons qu'environ 65 p. 100 du pays en anglais ou en français. Ce serait donc très utile que les câblodiffuseurs diffusent là MF partout.

M. Caldwell: À votre avis, devrions-nous recommander que les câblodiffuseurs éliminent les stations étrangères de leur radiodiffusion?

M. Juneau: Pour être franc, nous n'en avons pas parlé. Cependant, nous ne sommes pas très chauds pour éliminer d'autres stations.

M. Caldwell: Je parle des stations éloignées. Je parle de la diffusion de stations éloignées provenant de. . .

M. Juneau: Si cela maintient CBC à l'écart, s'il faut diffuser CBC, alors oui. Mais autrement, c'est comme le CNN et les réseaux de nouvelles pour lesquels nous avons présenté une demande. Nous avons déclaré très, très clairement que nous ne recommandions pas d'éliminer CNN du câble.

Nous n'avons pas discuté du cas de la radio, mais spontanément je déclarerais que notre réponse serait négative. Le public des stations de radio étrangères n'est pas très important à mon avis.

M. Gormley: J'ai quelques questions à poser au sujet des modifications législatives dont nous avons traité dans les rapports de notre Comité. À la page 29 de votre mémoire, vous nous avez exposé l'historique de la recommandation de séparer les fonctions de président du Conseil et de président, et vous nous signalez qu'en 1968, lorsque la loi a été élaborée, cette idée avait été rejetée. Nous n'avons cependant pas reçu de commentaires au sujet de la proposition de faire cela maintenant. Le conseil d'administration s'est-il penché sur cette question? Dans l'affirmative, de quelle manière l'a-t-il fait?

M. Juneau: Le conseil d'administration ne s'est pas penché sur cette question. Nous l'avons effleurée il y a de cela plusieurs réunions et le conseil ne paraissait pas porté à se prononcer à ce sujet.

[Text]

The Chairman: Mr. Cowling, would you care to comment on that?

Mr. Robert Cowling (Member, Board of Directors, Canadian Broadcasting Corporation): Mr. Chairman, I think you can appreciate it is a delicate question. It is hard to divorce personalities from the situation. Speaking for myself and I think some other directors, I think we are fairly happy with the present situation, but I understand better the environment where the shareholders elect the directors, the directors appoint the officers, and that is your set-up. If the directors are to have a greater degree of importance in running the corporation, I think that is the way it should be.

Mr. Gormley: Are you familiar with the testimony this committee has received, the recommendation this committee has made, statements by the Minister?

• 1555

Mr. Cowling: Yes. Well, familiar. I believe it was addressed in one of the earlier reports, and I did read that. I cannot recall exactly in what terms, but I believe the committee made a similar recommendation.

Mr. Gormley: To separate the two offices?

Mr. Cowling: Yes.

Mr. Gormley: And as a board member, you would not want that to happen?

Mr. Cowling: No, that is not what I am saying. I am saying that it is a delicate situation. At present we are quite happy. My friend Mr. Juneau is sitting beside me and I usually like what he does, but he may not always be there. There may come a different time. It may be appropriate, at some time, to make the change.

I am not saying that I am opposed to the recommendation; let me put it that way. That is my own personal view, of course, that I am expressing as one director.

Mr. Gormley: I understand that.

Mr. Juneau: I do not want to appear to be prejudicing this in any way, but have you an opinion on it personally?

Mr. Juneau: Yes. I do not feel very strongly about it. I have studied all the reports that have dealt with this over the years, going back to the Lambert report. I had appeared at the time before the Lambert commission. Generally, among all the studies that have dealt with this—they have not dealt with the CBC, they have dealt with Crown corporations in general—I am not aware of any study concerning the CBC situation.

To go back, the main study was really Lambert. The essential aspect of their thinking was that boards of

[Translation]

Le président: Monsieur Cowling, aimeriez-vous faire des commentaires à ce sujet?

M. Robert Cowling (administrateur de la Société Radio-Canada): Monsieur le président, vous pouvez comprendre, je pense, qu'il s'agit d'une question délicate. Il est difficile de dissocier les personnes en cause de cette situation. M'exprimant en mon nom et, je crois, pour le compte de quelques autres administrateurs, je pense que nous sommes assez satisfaits de la situation actuelle, mais je comprends mieux le contexte dans lequel les actionnaires élisent les administrateurs et les administrateurs nomment les cadres supérieurs: telle est notre organisation. Si l'on veut que les administrateurs jouent un rôle plus important dans la gestion de la Société, je crois qu'elle devrait être organisée de cette manière.

M. Gormley: Êtes-vous au courant des témoignages recueillis par ce Comité, de la recommandation faite par notre Comité, des déclarations du ministre?

M. Cowling: Oui, je suis au courant. Je crois que cette question a été traitée dans l'un des rapports antérieurs, et je l'ai lu. Je ne peux me souvenir exactement des termes employés, mais je crois que le comité avait formulé une recommandation dans le même sens.

M. Gormley: Celle de séparer les deux postes.

M. Cowling: Oui.

M. Gormley: Et à titre d'administrateur, ne voudriez-vous pas que cela soit le cas?

M. Cowling: Non, ce n'est pas ce que je dis. Je déclare qu'il s'agit d'une situation délicate. A l'heure actuelle, nous sommes assez satisfaits. Mon ami, M. Juneau, est assis à côté de moi et je suis habituellement satisfait de ce qu'il fait, mais il se pourrait qu'il ne soit pas toujours là. La situation pourrait changer. Il pourrait être opportun, à un moment donné, de procéder à ce changement.

Je ne me dis pas en désaccord avec la recommandation si je peux m'exprimer ainsi. Ce n'est là évidemment que mon opinion personnelle, que j'exprime à titre d'administrateur parmi d'autres.

M. Gormley: Je comprends cela.

Monsieur Juneau, je ne voudrais pas paraître juger à l'avance de cette question, mais avez-vous une opinion personnelle à ce sujet.

M. Juneau: Oui. Je n'ai pas d'opinion très arrêtée à ce propos. J'ai étudié tous les rapports qui ont traité de cette question au fil des années, en remontant au rapport Lambert. J'avais déposé à l'époque devant la Commission Lambert. De façon générale, parmi toutes les études qui ont abordé cette question—Elles ne traitait pas uniquement de Radio-Canada, elles portaient sur les sociétés d'État, en général—je ne connais pas d'étude qui ait été consacrée à la situation de Radio-Canada.

Pour revenir en arrière, la principale étude a été en fait celle de la Commission Lambert. Celle-ci pensait

[Texte]

directors should be more accountable, should be treated more seriously. I think they even went so far as to say that the officers of the corporation should be appointed by the board of directors.

Certainly if there was going to be a chairman and a president in the CBC, I think it would be extremely important that only the chairman be appointed by government. I think the committee has recommended that, and I would hope the committee's view would prevail because that is absolutely essential.

The Chairman: The chairman and the board?

Mr. Juneau: The chairman and the board. Yes, of course—and that any other officer of the corporation be appointed by the board. If you do not do that, then you really reduce the board to a rubber stamp.

Mr. Gormley: That was our recommendation.

Mr. Juneau: Yes, that is right.

Mr. Gormley: So you are not averse to that recommendation?

Mr. Juneau: No, I am not averse to that. I have not asked the board to take a position on that, and frankly I do not think I should. If the board wants to take a position, then I would certainly work closely with the board in arriving at an opinion. But that, as I said, has not been the inclination of the board at this stage.

I do have views on the whole question, which I would gladly discuss with the committee at some other time; but I am not opposed to the idea. I have some views on it, but I do not think it is a big matter of principle. The question of who appoints the officers is a matter of principle—

Mr. Gormley: Indeed it is.

Mr. Juneau: —and it is a matter of good management also.

Mr. Gormley: Also on the legislative amendments, what are the corporation's views on the proposals this committee made, I believe in the fourth report, regarding making the CBC subject to a selected number of provisions under the Financial Administration Act? You will recall that there were some provisions at that time. Have you been consulted on drafting any of these types of amendments?

Mr. Juneau: Yes, we have, and the process is not terminated yet. I answered before you at some point—I do not remember the exact date—in writing, what I felt about

[Traduction]

essentiellement que les conseils d'administration devaient être davantage comptables de leurs actes, devaient être pris plus au sérieux. Je pense que la Commission a été jusqu'à déclarer que les dirigeants de la société devaient être nommés par le conseil d'administration.

Assurément, s'il devait y avoir un président du conseil d'administration et un président de Radio-Canada, il serait extrêmement important à mon avis que seul le président du conseil d'administration soit nommé par le gouvernement. Je pense que le Comité a fait une recommandation en ce sens, et j'espère que son point de vue primerait parce qu'il s'agit d'une chose absolument essentielle.

Le président: Le président du conseil et les administrateurs.

M. Juneau: Le président du conseil et les administrateurs. Oui, bien entendu, et tout autre dirigeant de la société serait désigné par le conseil d'administration. Si vous ne faites pas cela vous ramenez en fait le rôle du conseil d'administration à celui d'une chambre d'enregistrement.

M. Gormley: Telle qu'était notre recommandation.

M. Juneau: Oui, c'est exact.

M. Gormley: Vous n'êtes donc pas opposé à cette recommandation?

M. Juneau: Non, je n'y suis pas opposé. Je n'ai pas demandé au conseil d'administration de se prononcer à ce sujet et, pour être bien franc, je ne crois pas que je doive le faire. Si le conseil d'administration veut prendre position, je travaillerai certainement en étroite association avec lui pour aboutir à un point de vue. Cependant, comme je l'ai déclaré, le conseil d'administration n'est pas porté à se prononcer là-dessus pour le moment.

J'ai effectivement une opinion sur l'ensemble de la question, opinion dont je serais heureux de faire part au Comité en quelque autre occasion, mais je ne suis pas contre cette idée. J'ai certaines opinions à ce sujet, mais je ne pense pas qu'il s'agisse d'une question de principe importante. La question du pouvoir de nomination des dirigeants est une question de principe. . .

M. Gormley: C'est effectivement le cas.

M. Juneau: . . . et c'est aussi une question de bonne gestion.

M. Gormley: En ce qui concerne aussi les modifications législatives, quelle est l'opinion de votre société sur les propositions faites par notre Comité, dans le quatrième rapport, je crois, au sujet de l'assujettissement de Radio-Canada à un certain nombre de dispositions de la Loi sur l'administration financière? Vous vous rappelez qu'il existait certaines dispositions à l'époque. Avez-vous été consulté au sujet de la rédaction de l'une quelconque modification de ce genre?

M. Juneau: Oui, nous l'avons été, et le processus n'est pas encore terminé. A un moment donné—je ne me souviens pas de la date exacte—je vous ai fait connaître

[Text]

your recommendations. I concentrated on the specific recommendations you made, which all have to do with audit matters, and I said that the board and the corporation saw no problem with the implementation of these recommendations because they make sense and also because they are now part of the practices of the corporation anyway. We do have an internal auditor with a very specific charter. We do have a committee, not a committee of the board—which by the way, Mr. Fraser chairs—with very specific terms of reference, etc. So all these things that you recommended, we are doing them. If they are incorporated in that, we have no problem.

• 1600

We would have very serious problems if the intention was extended to subject the corporation to the whole of Part XII of the Financial Administration Act, which now applies to other corporations, mainly business corporations.

Mr. Gormley: But the report dealt with specific ones, and I am wondering—

Mr. Juneau: That is the way we interpreted the report.

Mr. Gormley: Yes. You can do that without derogating from the arm's length principle.

Mr. Juneau: That is right. We think your recommendations, if we take these specific five or six recommendations, we do not think they affect the arm's length relationship. We do think that applying Part XII, even with exceptions, but applying the spirit of Part XII to the CBC would definitely—and that is a position of the executive committee of the board, but it will be discussed by the board on Monday—affect the arm's length relationship very seriously.

Mr. Gormley: Mr. Juneau, thank you.

Ms McDonald: I would like to go back to the question of affiliates versus owned-and-operated stations, which has been raised by other Members of Parliament.

This morning we heard from affiliates who thought they were very hard done by. And in your own statement you say, perhaps it is a bit more ambiguous when one reads it a second time, about the role of affiliates. And of course you say they all have to be treated separately. You say on page 46 of the English text that CBC television affiliates play an important distribution role and you want to encourage them to carry more programming.

I want to get into some questions about the difference between affiliates and owned and operated. But you were

[Translation]

par écrit mon opinion au sujet de vos recommandations. Je me suis concentré sur les recommandations précises que vous aviez faites et qui portaient toutes sur des questions de vérification; j'ai déclaré que, pour le conseil d'administration et la société, la mise en oeuvre de ces recommandations ne posait aucun problème parce qu'elles étaient justifiées et aussi parce qu'elles font désormais partie des méthodes employées par la société de toute manière. Nous avons bel et bien un vérificateur interne chargé d'un mandat très précis. Nous avons bel et bien un comité, non pas un comité du conseil d'administration—qui incidemment, est présidé par M. Fraser—chargé d'un mandat extrêmement précis, etc. Par conséquent, toutes les mesures que vous avez recommandées, nous les appliquons. Si elles sont incorporées à cela, nous ne voyons aucun problème.

Nous connaîtrions des problèmes extrêmement graves si l'on voulait assujettir la société à l'ensemble de la partie XII de la Loi sur l'administration financière, qui s'applique actuellement à d'autres sociétés, essentiellement des sociétés commerciales.

M. Gormley: Cependant, le rapport traitait de cas précis, et je me demande. . .

M. Juneau: C'est la manière dont nous avons interprété le rapport.

M. Gormley: Oui. Vous pouvez faire cela sans déroger au principe d'indépendance.

M. Juneau: C'est exact. Nous pensons que vos recommandations, si nous considérons ces cinq ou six recommandations précises, nous ne pensons pas qu'elles influent sur le rapport d'indépendance. Nous pensons en fait que l'application de la partie XII, même sous réserve d'exceptions, mais l'application de l'esprit de la partie XII à Radio-Canada aurait assurément—et c'est là l'opinion du comité exécutif du conseil d'administration, mais la question sera débattue par le conseil lundi—un effet extrêmement grave sur le rapport d'indépendance.

M. Gormley: Merci monsieur Juneau.

Mme McDonald: J'aimerais revenir à la question des stations affiliées par opposition aux stations possédées et exploitées par Radio-Canada, qui a été soulevée par d'autres députés.

Ce matin, nous avons entendu le témoignage de stations affiliées qui jugeaient être traitées de manière très sévère. Dans votre déclaration, vous parlez—et cela est peut-être un peu plus ambigu lorsqu'on le relit—du rôle des stations affiliées. Bien entendu, vous déclarez qu'on a traité avec chacune d'entre elles séparément. Vous affirmez à la page 46 du texte anglais que les stations de télévision affiliées à Radio-Canada jouent un rôle de distribution important et que vous voulez les encourager à diffuser plus de programmations.

J'aimerais aborder certaines questions relatives à la différence entre les stations affiliées et les sociétés que

[Texte]

saying in answer to other questions today that in fact it is not a very efficient system and you could be effecting savings, if I understood you correctly, by having owned-and-operated stations rather than affiliates.

Mr. Juneau: In many cases, yes. Not in all cases. I think there are cases where advertising revenues would not be important and therefore we might be able to get enough revenue to pay for the operating costs but not recover our capital costs. So in those smaller markets it would not be as easy. But there are many markets where we would do better with our own stations. Saint John, New Brunswick is one, Barrie is another, London is another. There are a few like that.

Ms McDonald: I guess the question would be, if you would do better why are you not doing it? Or are you moving to that?

Mr. Juneau: A number of reasons. Finding a solution to the capital cost is not always easy. In the case of Saint John and Fredericton, Mr. Clark appeared before you and seemed very aggressive toward the CBC but on the other hand we made a very good deal with him for—

Ms McDonald: Okay, I would like to ask you about that one specifically and then perhaps go back to the more general situation.

Mr. Juneau: Yes, good.

Ms McDonald: We understood from testimony before the summer break that the costs of affiliation were considerably greater, the ongoing costs would be considerably greater than running your own station.

Mr. Juneau: You are talking of which?

Ms McDonald: About New Brunswick, that the differences were really quite significant.

Mr. Juneau: In the case of New Brunswick, if we had not made that deal with CHSJ, the station that Mr. Clark is president of, and they had stayed, they would have disaffiliated and they would have kept the VHF frequencies that they now have. The cost of going there on our own and building our own transmitters would have been risky, and we know we would have had a lot of trouble getting the funds from the government for those capital costs.

• 1605

[Traduction]

vous possédez et exploitez. Cependant, vous déclariez en réponse à d'autres questions posées aujourd'hui qu'en fait le système n'était pas très efficace et que vous pourriez réaliser des économies, si je vous ai bien compris, en ayant des stations qui vous appartiendraient et que vous exploiteriez plutôt que des stations affiliées.

M. Juneau: Dans bien des cas, oui. Pas dans tous les cas. Il existe à mon avis des cas où les recettes publicitaires ne seraient pas importantes, de sorte que nous serions peut-être en mesure d'obtenir des recettes suffisantes pour couvrir nos frais d'exploitation, mais non pour récupérer nos dépenses d'immobilisation. Ainsi, dans les marchés les moins importants, la chose ne serait pas aussi facile. Il existe cependant un grand nombre de marchés où nous nous débrouillerions mieux avec nos propres stations. Le marché de Saint-Jean (N.-B.) en est un exemple, Barry en est un autre, London aussi. Il y en a quelques-uns comme cela.

Mme McDonald: Ma question est alors la suivante: si vous vous débrouilliez mieux, pourquoi ne le faites-vous pas? Où vous dirigez-vous dans ce sens?

M. Juneau: Il y a un certain nombre de raisons. Il n'est pas toujours facile de trouver une solution à la question des dépenses d'immobilisation. Dans le cas de Saint-Jean et de Frédéricton, M. Clark a comparu devant vous et a semblé très agressif envers Radio-Canada, mais, par ailleurs, nous avons conclu un excellent contrat avec lui pour...

Mme McDonald: D'accord, j'aimerais vous interroger au sujet de ce câble-ci, avant de revenir peut-être à la situation plus générale.

M. Juneau: Oui, très bien.

Mme McDonald: Des témoins nous ont dit avant l'intersession d'été que les coûts d'affiliation étaient beaucoup plus élevés, que les dépenses courantes seraient beaucoup plus élevées si vous exploitiez votre propre station.

M. Juneau: Vous parlez de laquelle.

Mme McDonald: Du Nouveau-Brunswick, où les différences étaient vraiment assez importantes.

M. Juneau: Dans le cas du Nouveau-Brunswick, si nous n'avions pas conclu cette entente avec CHSJ, la station que préside M. Clark, et qu'elle soit restée, elle se serait désaffiliée et aurait gardé les fréquences VHF qui lui sont actuellement attribuées. Il aurait été risqué de nous y rendre par nous-mêmes et d'ériger à nos frais nos propres émetteurs, outre que nous aurions eu beaucoup de difficulté à obtenir du gouvernement les fonds nécessaires à ces immobilisations.

Lorsqu'ils ont proposé de faire passer la totalité ou presque de nos émissions eux-mêmes et de conserver les émetteurs, nous avons cru qu'il s'agissait d'une bonne affaire. Les négociations ont été très ardues, car nous nous sommes aperçus que les choses n'étaient pas aussi roses

So when they came up with the idea of running 100% or almost 100% of our programs themselves and keeping the transmitters, we thought it was a good deal. We bargained very hard because, when we sat down, it was not as nice as when they broached the subject the first

[Text]

time. But Miss Whittaker bargained very hard with them and we got a very good deal, and we think it is a good deal for them. It is not costing the government anything in terms of capital funds.

Ms McDonald: And it is near 100%.

Mr. Juneau: It is near 100%, yes. There are other places where we might be able to negotiate something similar.

Ms McDonald: I guess we would appreciate some further information on that—

Mr. Juneau: Certainly.

Ms McDonald: —certainly about costs and also the effect on programming. We support the increased Canadianization of the CBC Television Network.

To what extent does maintaining this system of affiliates delay Canadianization, what are the costs in terms of programming? What is the difference in function between the locally owned and operated stations compared with the affiliates? What is the difference in Canadian programming available?

Mr. Juneau: As I said, it varies I think from 65% in the lowest cases and maybe 85% generally in the case of French stations in Quebec, which tend to carry a higher percentage of Canadian programs than the English stations. So it is from 65% minimum to 85% maximum.

Ms McDonald: Yes.

Mr. Juneau: We can give you each case.

Ms McDonald: We would appreciate getting that on the programming and also on the costing for stations, the—

Mr. Juneau: Certainly.

Ms McDonald: What does the corporation do in local programming that the affiliate stations are not doing?

Mr. Juneau: I guess you have to think of local programming, but also in both the case of radio and of television, you have to think of the contribution of our local stations to network programming.

In radio, 60% to 70% of all network programs come from the local stations. In the case of television, we are heading—and we were referring to that earlier—we are heading towards a situation where the contribution of local and regional stations to network programming would be much higher than what it is at the moment, so that is another—

As to regional programming for the regions—Bill Armstrong was referring to that earlier in answer to a question—it is one hour, the supper-hour show, every night, and—

[Translation]

qu'au départ. Cependant, M^{lle} Whittaker nous a très bien représentés et nous a décroché un très bon marché et nous pensons qu'eux aussi ont fait une bonne affaire. Et le gouvernement n'a rien eu à investir.

Mme McDonald: Et c'est presque 100 p. 100.

M. Juneau: C'est cela. Nous pourrions négocier quelque chose de semblable ailleurs.

Mme McDonald: Peut-être pouvez-vous nous envoyer plus de renseignements à ce sujet.

M. Juneau: Avec plaisir.

Mme McDonald: En tout cas au sujet des coûts et des répercussions sur la programmation. Nous pensons qu'il faut canadianiser le réseau de Radio-Canada le plus possible.

Dans quelle mesure le système des stations affiliées retarde-t-il la canadianisation et quels en sont les coûts en termes de programmation? Quelle différence fonctionnelle faites-vous entre une station locale exploitée en privé et une station affiliée? Quelle est la différence en ce qui touche la programmation canadienne disponible?

M. Juneau: Comme je l'ai mentionné, cela varie, selon moi, de 65 p. 100 dans le pire des cas jusqu'à peut-être 85 p. 100, d'une manière générale, dans le cas des stations francophones au Québec, ces dernières ayant tendance à offrir un pourcentage plus élevé d'émissions canadiennes que les stations anglophones. Les pourcentages se situent donc entre 65 p. 100 et 85 p. 100.

Mme McDonald: Je vois.

M. Juneau: Nous pouvons vous fournir des renseignements particuliers.

Mme McDonald: Nous aimerions être plus renseignés sur la programmation ainsi que sur les coûts que doivent supporter les stations.

M. Juneau: Avec plaisir.

Mme McDonald: Qu'est-ce que la société fait de plus que les stations affiliées au niveau des émissions locales?

M. Juneau: D'après moi, il faut penser en termes d'émissions locales et, dans le cas de la radio comme de la télévision, il faut examiner la contribution de nos stations locales à la programmation du réseau.

En radiodiffusion, 60 p. 100 à 70 p. 100 de toutes les émissions du réseau proviennent de stations locales. Dans le cas de la télévision, nous nous acheminons—et nous en parlions précédemment—vers une situation où la contribution des stations locales et régionales aux émissions du réseau sera beaucoup plus importante qu'elle ne l'est à l'heure actuelle, et c'est donc une autre. . .

Pour ce qui est de la programmation régionale destinée aux régions—Bill Armstrong le mentionnait tout à l'heure—la contribution est d'une heure par soir, c'est-à-dire l'heure du souper et. . .

[Texte]

Ms McDonald: I will take that, given that our time is limited. I do want to get on to a couple of other areas, if there is time.

First of all, I have a question regarding the parliamentary channel. Do you have any plans for having any fancier coverage, now that you have a competitor for this service?

Mr. Juneau: I would not have dared use such a term in referring to Parliament.

Ms McDonald: Well—

Mr. Juneau: Yes, we do. We did not go to the CRTC with these plans because our licence runs for another year. . . not quite.

Mr. Armstrong: Until next March.

Mr. Juneau: Next March, March 1988. At the time of the hearing, it was a few more months, so we did not apply, but we do have plans. We have also some informal discussion with some of the cable companies, those that applied for C-PAC, about a co-operative arrangement. But at some point—

• 1610

Ms McDonald: Would you be willing to provide us with any information on this in writing?

Mr. Juneau: I do not think it would be proper to talk about these discussions, but I think we could provide you with the information on what our plans would be, sure.

Ms McDonald: I think we would be interested.

Mr. Juneau: Those plans, by the way, were discussed with the Speaker and his staff.

Ms McDonald: I would like to get on to the question about labour problems, page 63 of the English text. You basically came up with an "I'm all right Jack" sort of approach, that labour problems are largely solved. I have asked you in committee about the proposal to meet with your own employees in various connections on solving labour difficulties, and also running the corporation, cost savings; things outside the collective bargaining and grievance procedure. I recall your last answer was that you were so busy in collective bargaining that you really could not be making any progress on these other items.

Now that those rounds are over, do you have any plans this way? Certainly I as a Member of Parliament hear lots of unhappiness still from employees, and certainly we all have concerns about the corporation spending a lot of money on lawyers to fight its own employees.

Mr. Juneau: I will just make a few comments, then I would like Mr. Manera, who is in charge of human resources, among other things, to be a little more specific.

[Traduction]

Mme McDonald: J'accepte cela, étant donné que notre temps est limité. J'aimerais bien passer à quelques autres sujets si nous avons le temps.

En premier lieu, j'ai une question à poser au sujet du canal parlementaire. Prévoyez-vous une meilleure couverture des débats maintenant que vous avez un concurrent?

M. Juneau: Je n'aurais pas osé utiliser une telle expression pour parler du Parlement.

Mme McDonald: Eh bien. . .

M. Juneau: En effet, nous avons des plans. Nous ne les avons pas présentés au CRTC parce qu'il nous reste encore presque un an avant l'expiration de notre licence.

M. Armstrong: En mars prochain.

M. Juneau: En mars 1988. Au moment de l'audience, le délai d'expiration était encore plus long, ce qui explique pourquoi nous n'avons pas présenté nos plans. Nous avons aussi des pourparlers avec quelques-unes des compagnies de télédistribution, celles qui ont demandé une licence pour C-PAC, en vue de conclure une entente de coopération. Mais jusqu'à un certain point. . .

Mme McDonald: Seriez-vous disposé à nous envoyer par écrit des renseignements à ce sujet?

M. Juneau: Je ne crois pas qu'il soit convenable d'en discuter, mais je veux bien vous envoyer des renseignements sur nos projets.

Mme McDonald: Je crois que ce serait intéressant.

M. Juneau: En passant, nous avons discuté de ces projets avec le président et son personnel.

Mme McDonald: J'aimerais maintenant passer aux problèmes de main d'oeuvre, dont vous parlez à la page 63 du texte anglais. Vous avez l'air de dire que tout va bien, que vos problèmes de main d'oeuvre ont essentiellement été réglés. Je me souviens d'avoir discuté avec vous en comité de la proposition qui vous avait été faite de rencontrer vos employés de divers secteurs afin de résoudre les problèmes, de discuter de l'administration de la société et des façons d'économiser de l'argent, bref de questions autres que le processus de négociation collective et de dépôt de griefs. Je me souviens de votre réponse: vous disiez être si pris par la négociation collective que vous n'aviez vraiment pas le temps de vous occuper de ces autres questions.

Maintenant que la négociation est terminée, avez-vous l'intention de vous en occuper? En tant que député au Parlement, je reçois beaucoup de plaintes des employés, sans parler de nos préoccupations à tous au sujet du fait que la société dépensait énormément d'argent pour retenir les services d'avocats contre ses propres employés.

M. Juneau: Je vais me contenter de faire quelques remarques, puis je demanderai à M. Manera, qui est responsable des ressources humaines entre autres choses, d'entrer dans les détails.

[Text]

My general disposition, and I think it is shared by the board and by senior members of the staff, would be that we should try to have more consultation. I spent three hours last week, for instance, with the president of *le syndicat des réalisateurs* here in Montreal. I think we should do more of that.

I would like to ask Mr. Manera if anything has happened since we last talked about it.

Mr. Anthony Manera (Senior Vice-President, Canadian Broadcasting Corporation): There has been a lot of ad hoc activity, informal activity, in terms of dialogue with not only unions but also employees in general. For example, in the development of the three-year plan of the English television network, the vice-president of the English television network involved a great number of people from his organization in various kinds of brainstorming sessions to try to develop the main elements of that particular plan. There have been other initiatives, but they have been of an informal nature. We would like to keep on working to develop those kinds of situations even more.

We do have formal committees, of course, where we consult our unions. These are generally required by collective agreements. For example, we have a consultative committee on staff benefits that meets quite regularly. We also have representation from unions on our pension board of trustees. So there is formal machinery for dealing with those issues that are more of a labour relations nature. But in the more general areas we would like to keep on working in the development of these informal kinds of relationships, because we think there is room for growth there and it will continue to improve.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Juneau, quand je vous ai demandé si le nombre de productions régionales que Radio-Canada demande à ses affiliés avait augmenté au cours des dernières années, vous m'avez répondu que c'était probablement le cas. Selon les renseignements que j'ai, c'est plutôt le contraire. Peut-être serait-il bon que vous vérifiiez cette question un peu plus en profondeur et que vous nous fassiez parvenir la réponse par écrit. On nous dit que Radio-Canada demande moins de productions régionales à ses affiliés depuis quelques années.

M. Juneau: Monsieur Blackburn, j'ai sûrement mal compris votre question. Sur ce que vous venez de dire, je suis tout à fait d'accord. Je vais vérifier les chiffres, mais vous avez sans doute raison de dire qu'on n'a pas augmenté mais plutôt diminué la quantité d'émissions achetées des stations régionales. J'avais mal compris votre question. Je suis tout à fait d'accord sur ce que vous venez de dire.

[Translation]

A mon avis—avis qui je crois est partagé par le conseil et par les cadres supérieurs—il faudrait essayer d'augmenter les consultations. Par exemple, j'ai passé trois heures la semaine dernière avec le président du syndicat des réalisateurs ici même à Montréal. A mon avis, il faudrait multiplier ce genre de rencontre.

Je vais maintenant demander à M. Manera de nous dire s'il s'est passé quelque chose depuis notre dernière discussion.

M. Anthony Manera (vice-président principal, Société Radio-Canada): Il s'est passé toute sorte de choses de façon informelle, c'est-à-dire des discussions non seulement avec les syndicats mais avec les employés en général. Par exemple, le vice-président du réseau de télévision anglais a fait participer un grand nombre de ses employés à diverses séances de remue-méninges afin de dégager les principaux éléments du plan triennal de ce réseau. Il y a également eu d'autres initiatives, mais plutôt de nature informelle. Nous avons l'intention de poursuivre nos efforts afin de pouvoir mieux profiter de ces situations.

Bien entendu, nous avons des comités formels par lesquels nous pouvons consulter les syndicats. Ce processus est d'ailleurs imposé par les conventions collectives. Par exemple, nous avons créé un comité consultatif sur les avantages sociaux des employés, et ce comité se réunit très régulièrement. Nous avons également des représentants des syndicats au sein du conseil d'administration de la caisse de retraite. En d'autres termes, il existe des mécanismes formels pour voir aux questions de relations de travail. Mais, pour les questions plus générales, nous aimerions pouvoir continuer de créer des liens informels de ce genre, car nous estimons qu'il y a matière à progrès et que les choses vont continuer de s'améliorer.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Juneau, when I asked you if, in recent years, the number of regional productions requested by the CBC of its affiliates had increased, you answered probably. According to my information, the opposite is true. It might be a good idea for you to check this matter a little further and then send us a written answer. We are told that during the last few years, the CBC has asked its affiliates for less regional productions.

Mr. Juneau: Mr. Blackburn, I must have misunderstood your question. I totally agree on what you have just said. I will check the figures, but you were probably right when you say that the number of programs bought from regional stations has indeed decreased and not increased. I had misunderstood your question. I wholeheartedly agree with what you have just said.

[Texte]

[Traduction]

• 1615

M. Blackburn (Jonquière): Pourquoi Radio-Canada diminue-t-elle ses achats du côté des affiliés régionaux?

M. Juneau: Il faudrait que je vérifie. Je ne le sais pas, monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Pouvez-vous nous faire parvenir une réponse écrite?

M. Juneau: C'est peut-être historique. À un certain moment, cela se faisait de cette façon. Une des raisons, peut-être, c'est qu'on a augmenté beaucoup les achats auprès des compagnies privées de production. C'est peut-être cela qui a été la cause du fait que la contribution des stations privées a diminué. On a beaucoup augmenté notre collaboration avec des compagnies de production, de cinéma et de télévision privées.

M. Blackburn (Jonquière): Pour les stations privées, il s'agissait même d'une source de revenus intéressante.

M. Juneau: Peut-être. Je ne le sais pas, car c'était avant mon temps. Ce n'est pas moi qui ai donné l'ordre d'acheter moins. . . Pour revenir aux questions de M^{me} Finestone, ce ne sont pas des choses dont nous nous mêlons.

M. Blackburn (Jonquière): Cela est tout à fait récent, monsieur Juneau.

M. Juneau: Oui?

M. Blackburn (Jonquière): Dernièrement, dans des documents que je recevais d'affiliés de Radio-Canada, on nous donnait des exemples de sommes réduites que Radio-Canada consacrait à l'achat d'émissions produites par ses affiliés depuis quelques années. C'est pour cela que j'aimerais qu'on étudie la question.

M. Juneau: Je vous parle de cela en toute candeur. Radio-Canada n'a jamais eu comme politique de commander beaucoup d'émissions aux stations affiliées. Cela s'est fait, mais on ne se sent pas obligés de le faire. Si vous me disiez qu'on achète moins d'émissions aux producteurs privés, je serais gêné, parce que la Société a comme politique de travailler de plus en plus avec le secteur privé de la production. Mais on ne s'est engagé d'aucune façon à acheter plus d'émissions aux stations privées de télévision, affiliées ou pas. Peut-être M. Delaney, dont c'est vraiment le domaine, a-t-il des commentaires à faire.

M. Franklin Delaney (vice-président de la télévision française, Société Radio-Canada): Monsieur Blackburn, chaque cas est négocié de façon individuelle. Chez certains affiliés, il y a eu une diminution des achats; chez d'autres, il y a eu une augmentation des achats. Je peux vous donner un exemple de cette année, qui est donc encore très récent, celui de la station de Sherbrooke. Elle nous fournit une heure d'émission chaque matin. Cela s'appelle *Les Anges du matin*. Donc, on achète cinq heures par semaine de la station de Sherbrooke. Nous avons fait des commandes dans d'autres secteurs à chacun de nos affiliés, mais les négociations se font individuellement, pour chaque émission.

Mr. Blackburn (Jonquière): Why is the CBC decreasing its purchase of regional productions?

Mr. Juneau: I do not know, Mr. Blackburn. I will have to find out.

Mr. Blackburn (Jonquière): Can you send us your answer in writing?

Mr. Juneau: It may be for historic reasons. At one point, that is how things were done. One of the reasons may be because we have greatly increased the purchase of private productions. That could be why private stations' contribution has gone down. We have greatly increased our collaborative efforts with private production, movie and television companies.

Mr. Blackburn (Jonquière): In the case of private stations, that was even an attractive source of revenue.

Mr. Juneau: Maybe. I would not know, it was before my time. I am not the one who ordered a decrease. . . To go back to Mrs. Finestone's questions, these are not things in which we get involved.

Mr. Blackburn (Jonquière): That is very recent, Mr. Juneau.

Mr. Juneau: It is?

Mr. Blackburn (Jonquière): In documents I have received recently from CBC affiliates, there were examples of some cases where the network had, in recent years, been spending less money to purchase affiliate-produced programs. That is why I would like to study this matter further.

Mr. Juneau: I am discussing this in all candor. It has never been the CBC's policy to order many programs from affiliate stations. It has been done, but we do not feel obligated to do so. If you were to tell me that we are purchasing less programs from private producers, I would be embarrassed, since it is our policy to use an increasing amount of private sector production. However, we have never committed to buying more programs from private television stations, whether they are affiliated or not. Maybe Mr. Delaney can add to this, since this is really his area.

Mr. Franklin Delaney (Vice-President of French Television, Canadian Broadcasting Corporation): Mr. Blackburn, each case is negotiated individually. There has been a decrease in purchases from certain affiliates; for others, there was an increase. I could give you a very recent example for this year, the Sherbrooke station. It provides us with a one-hour program every morning. It is called *Les Anges du matin*. Therefore, we purchase five hours of programming per week from the Sherbrooke station. We have ordered programs in other sectors from each of our affiliates, but the negotiations are carried on individually, for each program.

[Text]

Certaines années, c'est très actif et, parfois, ce l'est moins. Cela varie de station en station et d'émission en émission. Somme toute, sur une base globale, je dirais que les acquisitions n'ont pas diminué.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Juneau, le Cartel intersyndical des employés de la Société Radio-Canada nous a présenté des chiffres. En 1976, une heure de production à la télévision française de Radio-Canada coûtait 19,763\$ alors qu'une émission anglaise de Radio-Canada coûtait 20,310\$. En 1984, huit ans plus tard, le budget d'une heure de production française était de 18,916\$ alors que le budget d'une heure de production anglaise était de 34,735\$.

Je comprends qu'on puisse dire que nous ne sommes que 5 ou 6 millions de francophones et qu'il faut essayer de faire mieux, mais, entre 1976 et 1984, il n'y a sans doute pas eu une diminution marquée du nombre de francophones. Comment expliquez-vous le fait que la différence ait presque doublé?

M. Juneau: On a vu cela hier, monsieur Blackburn. Nous vous fournirons des chiffres minutieusement préparés. J'ai demandé tout de suite qu'on étudie cela. À prime abord, nous sommes sûrs que le syndicat se trompe. Ils n'ont pas de bonnes sources de renseignements. Ils prennent le coût global des émissions et ils le divisent par un certain nombre d'heures d'émissions. Cela dépend du nombre d'heures d'émissions qu'ils prennent: cela dépend de bien des facteurs. Selon les chiffres que j'ai, depuis 1975-1976, les coûts de production des émissions ont augmenté, en dollars constants, de 25 p. 100 du côté français. Ils ont augmenté davantage du côté anglais. Le budget général de production a augmenté du côté anglais. Cependant, au premier coup d'oeil, on n'accepte pas les chiffres du syndicat. On peut vous fournir des chiffres et on peut aussi les fournir au syndicat. Il n'y a pas de problème.

• 1620

M. Blackburn (Jonquière): Il serait important que les membres du Comité puissent voir la différence qu'il y a dans la ventilation de ces chiffres.

Je veux revenir à la question des affiliés. Vous nous avez dit: Écoutez, ce ne sont pas des enfants, ils ont signé; s'ils ont signé, c'est probablement parce que cela fait leur affaire. Nous, on a entendu un autre son de cloche. On nous a dit: On signe sous la «menace». . . On demande que le CRTC vienne jouer le rôle d'arbitre. Ne pensez-vous pas qu'il y a là de quoi susciter l'inquiétude et les questions du Comité? Il y a certainement quelque chose qui ne fonctionne pas. De votre côté, vous ne voulez pas que le CRTC touche à cela. Il y a certainement quelque chose là.

M. Juneau: Monsieur, je pense que c'est une situation courante dans les affaires. Chaque fois qu'il y a un différend entre deux groupes qui font des affaires ensemble. . . Vous avez été un homme d'affaires, je crois. En tout cas, vous avez représenté des milieux d'affaires à

[Translation]

The level of activity is higher some years, lower in others. It varies from station to station and from program to program. Generally speaking, I would say that the number of acquisitions has remained the same.

Mr. Blackburn (Jonquière): The CBC employees interunion group has provided us with some statistics, Mr. Juneau. In 1976, a one-hour production on CBC French television cost \$19,763, whereas an English program on the same network cost \$20,310. In 1984, eight years later, the budget for a one-hour French production was \$18,916, whereas the budget for a one-hour English production was \$34,735.

One can always argue that we are only 5 million or 6 million francophones and that we must try to do better, but between 1976 and 1984, I doubt if there was a notable decrease in the number of francophones. How do you explain the fact that the difference has nearly doubled?

Mr. Juneau: We discussed this yesterday, Mr. Blackburn. We will provide you with very precise statistics. I immediately requested that the matter be looked into. At first glance, we are convinced that the union is wrong. Their sources of information are faulty. They are taking the total cost of programming and dividing it by a certain number of program hours. It depends on how many hours of programming they have used; it depends on many factors. According to my statistics, since 1975-1976, in constant dollars, program production costs have increased by 25% on the French side. The increase was greater on the English side. The general production budget has increased on the English side. However, at first glance, we cannot agree with the union's statistics. We can provide you with statistics which we can also send to the union. There is no problem in that.

Mr. Blackburn (Jonquière): It is important for the members of the committee to see the difference in the breakdown of these figures.

Let me get back to the subject of affiliates. You told us: Listen, they are not children, they have signed; if they signed, it is probably because they agreed with the terms. We have heard another story. We were told: We signed under duress. . . They want the CRTC to play the role of arbitrator. Do you not think that that is enough to concern the committee? There is obviously something wrong. For your part, you do not want the CRTC to be involved. There is obviously something there.

Mr. Juneau: Sir, I would say that this is something which occurs frequently. Every time there is a disagreement between the two groups who are dealing together. . . I believe you were once a businessman. In any case, you have represented the business sector in

[Texte]

Chicoutimi. Chaque fois qu'il y a un différend entre deux parties dans le domaine des affaires, faut-il toujours qu'un arbitre vienne décider qui a raison et qui a tort?

Dans le cas des quelque 25 conventions collectives qu'on a réglées, il n'y a pas eu de décisions arbitrales. Il y a eu des conciliateurs, à certains moments, mais les décisions ont été prises au moyen de négociations entre les syndicats et nous. Il n'y a pas eu d'arbitre qui a dit: Telle est la décision. Pourquoi, dans le cas de ces entreprises commerciales, devrait-il y avoir un arbitre qui déciderait qu'on doit dépenser 10 millions de dollars de plus de l'argent du public? Je ne vois pas pourquoi.

Quant à l'accusation qu'ils ont acceptée, moi, je fréquente les gens du secteur privé depuis 1966. Ce ne sont pas des enfants d'école! D'ailleurs, il y en a qui n'ont pas signé. Le pouvoir de coercition de Radio-Canada ne doit pas être si considérable s'il y en a qui n'ont pas signé. Non, je ne vois pas pourquoi le CRTC devrait se mêler de cela. On signe des centaines et des centaines de contrats et, dans bien des cas, on a de la difficulté à arriver à une entente. Est-ce que le CRTC va nommer chaque fois un arbitre pour prendre une décision à notre place? Ils font des affaires. Le groupe Sauvageau-Caplan a fait des études et, après tout, les médias jouent leur rôle. Avez-vous entendu parler d'un grand nombre de faillites chez nos affiliés, depuis qu'ils sont affiliés à Radio-Canada? Il n'y a pas eu de faillites, et le CRTC a leurs chiffres. S'ils étaient au bord de la faillite, le CRTC s'énervait peut-être plus.

M. Blackburn (Jonquière): J'ai une dernière question concernant la radio de Radio-Canada, AM et FM. Lorsque vous analysez les cotes d'écoute de ces stations et que vous regardez la rentabilité des sommes d'argent investies par rapport à ces cotes d'écoute, est-ce que cela n'inquiète pas les autorités de Radio-Canada? Ne pensez-vous pas à faire quelque chose pour augmenter ces cotes d'écoute? Les cotes d'écoute de la radio AM et FM ne vous préoccupent pas?

M. Juneau: La radio de Radio-Canada, AM et FM, recueille environ 10 p. 100 de l'auditoire. Il faut considérer la fragmentation du marché de la radio. Par exemple, à Montréal, il y a 26 stations, je crois. Nous recueillons 10 p. 100 de l'auditoire avec nos deux stations de Montréal. Notre station AM est à peu près la cinquième dans la région de Montréal. Étant donné l'agressivité commerciale de nos concurrents, cela me semble plutôt remarquable.

• 1625

Je pense que Radio-Canada n'a absolument pas à s'excuser pour le succès de ses stations de radio, surtout si on considère le caractère culturel de ces stations-là. À certaines heures, à Montréal, nous sommes la deuxième station. Le matin, au cours de la meilleure période d'écoute, c'est-à-dire de 6 heures à 9 heures, je pense que nous sommes la deuxième ou troisième station AM.

Le président: Merci, monsieur Juneau. Monsieur Blackburn, bon voyage à Jonquière. Monsieur Caldwell.

[Traduction]

Chicoutimi. Must there always be an arbitrator present to decide who is right and who is wrong whenever there is a disagreement between two parties?

None of the nearly 25 collective agreements which were signed has ever required an arbitrator's decision. Some of them required conciliators, but the decision was taken through negotiations between the unions and ourselves. No arbitrator has had to say: This is what will be. Why should there be an arbitrator to tell us that, in the case of these commercial businesses, we must spend \$10 million more of the public's money? I do not see why.

As for the statement that they had accepted, I have been dealing with private sector people since 1966. They are not schoolchildren! In any case, some of them refused to sign. The CBC's powers of coercion cannot be that great if some refused to sign. No, I do not see why the CRTC should be involved in all this. We sign hundreds and hundreds of contracts and, in many cases, we have difficulty reaching an agreement. Will the CRTC have to name an arbitrator every time to make a decision in our place? It is business. The Caplan-Sauvageau task force has studied the matter and, after all, the media do play their role. Have you heard of many bankruptcies among our affiliates since they have joined the CBC? There have been no bankruptcies, and the CRTC has all the figures. If they were on the verge of bankruptcy, the CRTC might become a little more anxious.

Mr. Blackburn (Jonquière): I have one last question for you CBC's AM and FM radio. When you analyse the ratings from your stations and you look at the return on your investment compared to those ratings, does that not worry the CBC? Are you not considering doing something to increase these ratings? Are you not worried about you AM and FM radio ratings?

Mr. Juneau: CBC radio, AM and FM, has about a 10% share of the audience. You have to consider the radio market's fragmentation. For example, I believe that Montreal has 26 stations. Our two stations in that city attract 10% of all listeners. Our AM station is approximately fifth in the Montreal area. Considering the commercial aggressiveness of our competitors, this seems rather remarkable to me.

I feel that the CBC has absolutely no apologies to make for the success of its radio stations, especially if you consider their cultural nature. In some time slots in Montreal, we are second in line. In the mornings, during the peak prime time period, between 6.00 a.m. and 9.00 a.m., I think that we are second or third among the AM stations.

The Chairman: Thank you, Mr. Juneau. Mr. Blackburn, have a good trip to Jonquière. Mr. Caldwell.

[Text]

Mr. Caldwell: Mr. Juneau, there has been mention today of the problem the CBC has, that on a continual basis it is doing things that probably should have been done 50 years ago but never got done, but people still requiring the CBC to be all things to all people. You are still living up to a mandate that I guess was developed back when CBC Radio started—to provide services to all Canadians, no matter where they seemed to live—which creates a problem. For example, when we were in Thunder Bay, there was a complaint there that some loggers going into the bush were unable to hear the CBC on a regular basis. On the other hand, we have new technology, which we have not talked much about. I do not know how much thought you have given it, but I am sure you have.

We have a situation here in Montreal where the major cable company reaches 770,000 subscribers—Vidéotron. Am I correct in those figures? I know you have to do your best to try to give coverage to that logger up in Thunder Bay, going in with his load of workers, but it seems to me we are soon going to have to look at the masses as well, to get the information out to the numbers of people such as you could through Vidéotron. I am sure the situation is the same in many larger cities, and small towns are pretty well cabled now too. What about an alternate method of carriage?

Mr. Juneau: Do you want a quick answer?

Mr. Caldwell: As quick as you can, because I have a few more questions, and it is getting late.

Mr. Juneau: I do not believe in that one bit. I have been involved for too long either in the CRTC or in the CBC with the very, very strong feeling of people that they are entitled to the CBC service. Also in the CRTC, I remember the time when we were getting tremendous pressure because the people in St. Anthony were not getting CTV in northern Newfoundland. I remember the terrific pressures on the CRTC and the CBC because the people in St. Marys, I think it was, in northern Cape Breton were not getting the CBC signal. The demand for the CBC, and sometimes for a second service, is enormous; you know that, because you get a lot of pressure yourself as a Member of Parliament. For instance, cable in Montreal, the penetration in Montreal must be about 60%, maybe 50%, 55%. Can you imagine if CBC service was available only to 60% of the population? It would be tremendous.

Mr. Caldwell: That is not what I am saying, Mr. Juneau. I am not saying that. I am talking about possible other services that the CBC could be using cable more for. I know the all-news service—

Mr. Juneau: Oh, yes. I think that—

Mr. Caldwell: Do not get me wrong. I am not saying we should take down all the towers in Montreal, the off-

[Translation]

M. Caldwell: Monsieur Juneau, on ne cesse de parler aujourd'hui des difficultés de Radio-Canada et du fait qu'elle ne cesse de faire des choses aujourd'hui qu'elle aurait dû faire il y a 50 ans, et du fait que les gens demandent à Radio-Canada d'être la panacée. Vous devez encore réaliser le même mandat qui vous a été imposé à l'époque de la création de la radio de Radio-Canada—de fournir des services à tous les Canadiens, peu importe où ils habitent—et cela vous pose un problème. Par exemple, lorsque nous étions à Thunder Bay, certains bûcherons s'étaient plaints qu'ils avaient parfois de la difficulté à capter régulièrement Radio-Canada dans la forêt. Par contre, il y a de nouvelles technologies, dont nous n'avons pas encore beaucoup discuté. Je ne sais pas combien vous y avez réfléchi, mais je suis certain que vous y avez pensé.

Ici, à Montréal, le principal câblodistributeur—Vidéotron—rejoint 770.000 abonnés. Est-ce que mes chiffres sont bons? Je sais que vous faites votre possible pour essayer de rejoindre les bûcherons à Thunder Bay qui doivent rentrer dans les bois avec leurs travailleurs, mais il me semble que vous allez bientôt devoir tenir compte de la masse et essayer de rejoindre autant de gens que Vidéotron. Je suis persuadé que la situation est la même dans bien des grandes villes, sans oublier que les petites villes aussi sont bien servies par le système de câblodistribution. Que diriez-vous d'une autre méthode de transmission?

M. Juneau: Voulez-vous une réponse brève?

M. Caldwell: La plus brève possible, car j'ai d'autres questions à vous poser et qu'il se fait tard.

M. Juneau: Je n'y crois pas du tout. Cela fait trop longtemps que je suis au courant, par voie de CRTC ou de Radio-Canada, de la très ferme conviction des gens: qu'ils ont droit aux services de Radio-Canada. Je me souviens aussi, lorsque j'étais au CRTC, de l'époque où nous subissions d'énormes pressions parce que les gens à St. Anthony ne captaient pas le réseau CTV dans le nord de Terre-Neuve. Je me souviens aussi des énormes pressions exercées sur le CRTC et sur Radio-Canada par les gens de St. Marys, si je ne m'abuse, dans le nord du Cap Breton, qui ne captaient pas le signal de Radio-Canada. La demande est énorme pour Radio-Canada, et parfois aussi pour une deuxième chaîne. Vous le savez, puisque vous êtes aussi au courant de ces pressions en votre qualité de député. Par exemple, le service de câblodistribution occupe le marché montréalais à près de 60 p. 100, ou peut-être 50 ou 55 p. 100. Pouvez-vous imaginer la situation si le service de Radio-Canada ne rejoignait que 60 p. 100 de la population? Ce serait terrible.

M. Caldwell: Ce n'est pas ce que je disais, monsieur Juneau. Je ne disais pas ça du tout. Je parlais des autres services éventuels pour lesquels Radio-Canada aurait utilisé les systèmes de câblodistribution. Je sais que le service exclusif des informations. . .

M. Juneau: Ah oui. Je crois que. . .

M. Caldwell: Ne me méprenez pas. Je ne dis pas qu'il faudrait supprimer toutes les antennes de Montréal, toutes

[Texte]

air towers, and put everything on cable. That is not what I am saying. Have you looked at the chances of rerunning some programs on cable on a different channel—these kinds of things?

Mr. Juneau: That is what the news channel is. The news channel would rerun. I have two examples, and certainly there could be others. But at this point there are only two that are mature. One is the news channel, which is really to a very, very large extent—well, I think almost completely—a rerunning of existing programs on cable. TV-5, on the French side, is almost exclusively a rerunning of existing French programs—plus programs from Europe, as you know, but it is a rerunning of programs. There could be other examples.

• 1630

We are not promoting this at the moment, but if the committee is looking at the future then we could run on cable a strictly classical music program for a very, very low cost. Lots of people think that even now there is too much talk on FM; you have heard that. We could run a strictly classical music program with very little talk if it was the policy of the country. So there are many possibilities, yes.

What I am saying—and I am sorry if I misunderstood you—is that technology, not for the foreseeable future, will offer ways of distributing what we are distributing now by means other than transmitters.

• 1635

Mr. Caldwell: We seem to be hung up every time you appear before us, whether we have a reporter in Jonquière, Quebec City, whether we have a transmitter in Thunder Bay, and these kinds of things, which are very expensive to do, serving, if you want to be quite blunt about it, usually a very small number of people; whereas the question I am really putting to you is are the masses of people, the majority of taxpayers, getting their full service from the CBC?

Mr. Juneau: I am afraid I do not get your point, and I do not want to answer a question I do not understand.

Mr. Caldwell: All I am asking is whether the taxpayer in Montreal, for example, is getting his money's worth. It is costing maybe a dollar to serve him, but for the guy in Thunder Bay it is costing \$10,000 to get the tower in so he can listen to music going to work.

[Traduction]

les installations non-intégrées au système, pour brancher le câble partout. Ce n'est pas ce que je dis. Avez-vous envisagé la possibilité de rediffuser certains programmes sur un canal différent grâce au câble—et ainsi de suite?

M. Juneau: C'est précisément ce qui arrive avec le canal des informations. Ce canal passe les émissions en reprises. J'ai deux exemples à vous donner, et il y en a certainement d'autres. Mais en ce moment, ce sont les deux qui sont le plus au point. Le premier est le canal des informations dont la programmation consiste dans une très grande mesure—sinon dans sa totalité—en des reprises de programmes existants offerts par le câble. Télé-5, côté français, présente presque exclusivement des reprises d'émissions françaises, en plus de quelques émissions européennes, comme vous le savez, mais il s'agit pour l'essentiel de reprises. Il pourrait y avoir d'autres exemples.

Nous n'envisageons pas cette possibilité pour l'instant, mais si le Comité s'intéresse à l'avenir, je pense qu'il serait tout à fait possible de transmettre sur câble un programme de musique classique uniquement, à un coût extrêmement modeste. Bien des gens sont d'avis qu'aujourd'hui encore il y a encore beaucoup trop de bavardage sur les postes MF. Vous avez certainement déjà entendu cette observation. Nous pourrions diffuser un programme de musique classique uniquement, pratiquement sans commentaire, si c'était là la politique adoptée par le Canada. Ainsi, il y a effectivement de nombreuses possibilités qui s'offrent à nous.

Je dis donc—et veuillez m'excuser si je vous ai mal compris—que la technologie, mais non pas dans un avenir prévisible, permettra de distribuer nos émissions autrement que par des stations émettrices.

M. Caldwell: On dirait que nous nous heurtons à des difficultés chaque fois que vous comparez. Que nous ayons un reporter à Jonquière ou à Québec, une station émettrice à Thunder Bay ou d'autres installations ailleurs, tout cela nous coûte fort cher pour ne desservir le plus souvent, il faut bien le dire, qu'un très petit nombre de gens. Ma question, par conséquent, se résume à ceci: les Canadiens, les contribuables en général, bénéficient-ils vraiment du service auquel ils ont droit de la part de Radio-Canada?

M. Juneau: Je ne suis pas sûr de bien comprendre ce que vous voulez dire, et je ne voudrais pas répondre à l'aveuglette.

M. Caldwell: Je demande tout simplement si le contribuable de Montréal, par exemple, en a pour son argent. Dans son cas particulier, si le coût du service se limite à 1\$ il n'en est pas de même pour l'auditeur de Thunder Bay car là-bas il faut ériger un émetteur pour qu'il puisse écouter de la musique en se rendant au travail.

[Text]

Mr. Juneau: You have a point. Certainly I was talking earlier of per capita costs. If you look at the per capita costs for the Northern Service, they are enormous. If you look at the per capita costs of the CBC for certain parts of the Maritimes, they are very, very high. They are lower for Quebec and Ontario, because there is a greater concentration of population. But everywhere where you offer a service to sparsely populated areas that is the same as in the metropolitan centres. . . But that must be true for many other parts of our economy of our public services. But you are from Windsor, and you know the case of Thunder Bay. You know the case of Sydney. You know the case of Wabush.

Mr. Caldwell: On another topic I asked about before. I am not sure I quite got the answer to it. It is the matter of the fragmentation. In Quebec now we have three television networks. Quatre Saisons is basically still in the trial stage. They think they can make it. They are convinced they can make it, but nobody knows for sure whether or not they will. What do you think? Do you think three television networks can survive in the province of Quebec?

Mr. Juneau: I think they will survive. If you are asking me whether it is a good thing or not, it is very difficult to be dogmatic on these things. On the whole, Mr. Caldwell, you may remember, or your director of research can remind you, that I was part of the decision on Global when I was chairman of the CRTC, and we were very much criticized. There was not more criticism than the other way, but we were criticized for licensing Global. I still think on the whole it was a good decision, because we were being invaded—and it still applies to Quebec now—by American stations and networks anyway.

Mr. Caldwell: Let me ask you a related question, Mr. Juneau. We have had all the networks talking to us in the last few days in Quebec, and they have all said they will survive with home-grown French productions—no problem, we will do it. And the ratings seemed to indicate that the share of French-speaking people watching English is declining. There was a little peak there in 1983. It went up to about 23%, and now it is back down to about 18%. They are convinced they are going to survive; they are not going to be tempted by American programming.

What about English Canada? English Canada has an insatiable appetite, seemingly, for U.S. programs. I do not have the numbers of shows across Canada or which ones are the highest-rated, but I would assume there are quite a few American programs in the top 10. Continually fragmenting this market is going to hurt you. Global is twin-sticking here and twin-sticking there. We have CFBL and CHCH possibly forming another network. We have all this going on. How is the CBC going to survive?

[Translation]

M. Juneau: Vous touchez juste. Je parlais justement tout à l'heure des coûts par habitant pour le service du nord, ces coûts sont énormes. C'est le cas également des coûts unitaires de Radio-Canada à certains endroits des Maritimes, qui sont extrêmement élevés. Les coûts par habitant sont moindres au Québec et en Ontario, en raison d'une population plus dense. Mais lorsqu'on veut offrir dans les régions à population clairsemée les mêmes services que dans les grands centres urbains. . . N'est-ce pas là, cependant, une constante de tous nos services publics? Vous venez de Windsor et vous connaissez bien la situation de Thunder Bay. Vous connaissez celle de Sydney et celle de Wabush.

M. Caldwell: Je reviens à une autre question que j'ai déjà soulevée, mais pour laquelle je ne suis pas sûr d'avoir obtenu une réponse. Je pense à la fragmentation. Au Québec, actuellement, nous recevons trois réseaux de télévision. Quatre Saisons est encore à un stade expérimental. Ses propriétaires pensent qu'ils réussiront à s'imposer. Ils en sont même convaincus, mais cela reste à voir. Qu'en pensez-vous? Croyez-vous que trois réseaux de télévision peuvent survivre au Québec?

M. Juneau: Oui, je crois qu'ils survivront. Mais ne me demandez pas de me prononcer sur l'intérêt public de cette réussite, car il est très difficile de faire la part des choses dans ce domaine. Vous vous rappellerez, monsieur Caldwell, ou votre directeur de recherche vous le rappellera, que je faisais partie de la Commission qui a décidé d'accorder une licence à Global au moment où j'étais président du CRTC, ce qui nous a valu de nombreuses critiques. Si la décision était allée dans le sens contraire, les critiques auraient été tout aussi nombreuses. Je pense encore que pour l'essentiel la décision était valable, étant donné que nous étions envahis—et cette remarque est toujours vraie pour le Québec—par les stations et les réseaux américains.

M. Caldwell: Permettez-moi de vous poser une question connexe, monsieur Juneau. Nous avons cédé la parole à des représentants de tous les réseaux ces derniers jours au Québec et ceux-ci ont tous déclaré qu'ils pouvaient fort bien survivre grâce à des productions locales en français, sans la moindre difficulté. Or, les cotes d'écoute semblent indiquer que le nombre de francophones qui regardent la télévision anglaise est à la baisse. La courbe a atteint un sommet pendant un certain temps en 1983, pour grimper jusqu'à environ 23 p. 100, et s'est maintenant stabilisée autour de 18 p. 100. Mais ces porte-parole sont convaincus qu'ils vont survivre. Ils ne se laisseront pas tenter par une programmation américaine.

Mais que dire du Canada anglais? Les Canadiens anglais ont une appétit insatiable, semble-t-il, d'émissions américaines. Je ne dispose pas de chiffres précis sur le nombre d'émissions américaines diffusées au Canada ni sur les cotes d'écoute, mais j'avancerais en toute confiance qu'il doit y en avoir plusieurs parmi les 10 plus populaires. La fragmentation du marché finira par vous toucher. Le réseau Global se lance dans des jumelages à droite et à gauche. CRBL et CHCH formeront peut-être

[Texte]

Mr. Juneau: Let us make no bones about it. The CBC has always survived thanks to the support of Parliament.

• 1640

Mr. Caldwell: Yes, but there is not much point in supporting it if nobody is watching it.

Mr. Juneau: Mr. Caldwell, you do not mean that. The CBC is watched in English by 22% of the population. That is as many as the proportion of people who watch CBS.

Mr. Caldwell: I did not mean it that way. I meant if you continually fragment the market it is going to keep chipping away at the CBC.

Mr. Juneau: No, not necessarily. I think we have to be careful about these things. Let us remember that on the English side about a third of the audience goes to American stations. There used to be a time, much before your time and my time even, when Canadians were listening to American radio stations. They do not any more. Perhaps it is because there are enough Canadian stations. Perhaps Canadian stations will fragment the audience among themselves.

The Chairman: Graham Spry and R.B. Bennett had a better idea.

Mrs. Finestone: Mr. Juneau, you have been answering questions about the lack of service in a number of parts of Canada, both in French and English. I bring to your attention an area I think is very serious. The Quebec Association for Adult Learning and the Quebec Farmers' Association were in to see us yesterday. They spoke about the fact that for thousands of English-speaking Quebecers living south of Sherbrooke, the only TV signal available in English comes from the United States. For the 45,000 English-speaking Quebecers living in the Outaouais, the only CBC signal available comes from Ontario, leaving their region culturally isolated in its media contact with developments on the Quebec provincial scene. They are taxpayers.

I had an exchange yesterday with Radio-Québec. As taxpayers, I believe the anglophones of Quebec have a place to the \$60 million allocated annually to Radio-Québec. I would also suggest that as English-speaking taxpayers to CBC in Quebec, our national network, they also have to have some service.

The argument that the English-speaking Quebecer has access to many more services than the francophone or has all these American and English-speaking access routes is one argument. It does not hold water when it comes to

[Traduction]

un autre réseau. Dans cette conjoncture, comment la société Radio-Canada pourra-t-elle survivre?

M. Juneau: Il ne faut pas se leurrer; Radio-Canada a toujours survécu grâce à l'aide du Parlement.

M. Caldwell: C'est juste, mais comment justifier cette aide si personne ne regarde les émissions de Radio-Canada?

M. Juneau: Monsieur Caldwell, vous savez bien que ce n'est pas le cas. En moyenne, 22 p. 100 de la population regarde les émissions du réseau anglais de Radio-Canada, qui n'a rien à envier à CBS à cet égard.

M. Caldwell: Ce que je voulais dire, en réalité, c'est que la fragmentation du marché ne cessera de rogner le public de Radio-Canada.

M. Juneau: Pas nécessairement. Certes, il faut se montrer prudent dans ce domaine, mais n'oublions pas que chez les anglophones, les stations américaines accaparent environ le tiers des spectateurs. Fut un temps, bien avant le vôtre et même avant le mien, où les Canadiens écoutaient les stations radiophoniques américaines. Ce temps est révolu, sans doute, parce qu'aujourd'hui le nombre de stations canadiennes est suffisant. Celles-ci n'ont-elles pas d'ailleurs déjà fragmenté l'auditoire?

Le président: Graham Spry et R.B. Bennett avaient d'excellentes idées à ce sujet.

Mme Finestone: Monsieur Juneau, vous avez répondu à des questions au sujet du manque de service dans certaines régions du Canada, tant en français qu'en anglais. J'aimerais vous soumettre une question qui me semble extrêmement sérieuse. Des représentants de la *Quebec Association for Adult Learning* et de la *Quebec Farmers' Association* sont venus nous rencontrer hier. Ils ont déclaré que pour les milliers de Québécois anglophones qui vivent au sud de Sherbrooke, le seul signal de télévision qu'ils puissent capter en anglais vient des États-Unis. Les 45,000 Québécois anglophones qui demeurent dans l'Outaouais ne peuvent recevoir que le signal de Radio-Canada de l'Ontario, de sorte que sur le plan culturel les médias de cette région n'assurent aucune couverture de l'événement au niveau provincial. Pourtant, eux aussi paient leurs impôts.

J'ai discuté hier avec des porte-parole de Radio-Québec. À titre de contribuables, les anglophones du Québec ne devraient-ils pas recevoir leur juste part de la dotation de 60 millions de dollars attribuée chaque année à Radio-Québec? Je dirais en outre que les impôts versés par les anglophones du Québec pour Radio-Canada, notre réseau national, devraient sans doute aussi leur conférer certains droits.

Dire que les Québécois anglophones ont accès à beaucoup plus de services que les francophones, notamment grâce à la télévision américaine, ne laisse voir qu'un côté de la médaille. Il reste que ce n'est

[Text]

knowing what is going on in the province in which you live. With all the problems you have with distribution, are you planning to do something about the service in the Outaouais and in the Sherbrooke area?

Mr. Juneau: You are talking about the area south of Sherbrooke towards the American border. They would not be reached by our Sherbrooke affiliate.

Mrs. Finestone: I am talking about Pontiac and Shawville in the west and—

Mr. Juneau: That is the Témiscamingue... That is northwest Quebec.

Mrs. Finestone: I am talking about the Outaouais, which gets your CBC, the Hull and Gatineau region. They get the Ottawa signal, which does not carry Quebec *Assemblée nationale* information and Quebec information to the same degree.

Mr. Juneau: They do not carry the Ontario National Assembly either. Our Ottawa station is really an Ottawa-Hull station.

Mrs. Finestone: I am talking about Queen's Park news as opposed to news from Quebec City *Assemblée Nationale*.

Mr. Juneau: They receive a lot of information from Quebec. One of the accusations we get is that they get too much information from Quebec. They have to make up their minds.

Mrs. Finestone: I am speaking for and representing a brief that came to us from a very large association. They say they do not receive it. Are you telling me they are well-served and their complaint is not well-founded?

Mr. Juneau: It depends on what you are talking about. I know there is a problem. You are asking two questions at the same time. You are asking me to comment from both sides of my mouth. In the case of Témiscamingue in northwestern Quebec, English population, there is a coverage problem. In the case of the Hull area people not getting sufficient information about what is going on in Quebec, that is nonsense. I am not saying you are saying nonsense; I am saying the information you have been given is nonsense.

• 1645

Mrs. Finestone: Fine. I will send you a copy of this. I will send a transcript of the other and perhaps they will get in touch with you. You will clear up the nonsense. But I would like to see it cleared up, because I do not want them disenfranchised. They have a voice and a face and a place in Quebec.

[Translation]

certainement pas la meilleure façon de suivre l'évolution de la province dans laquelle on vit. Avec tous ces problèmes de distribution que vous connaissez, prévoyez-vous de faire quelque chose au sujet du service dans l'Outaouais et dans la région de Sherbrooke?

M. Juneau: Si vous faites allusion à la région qui se trouve au sud de Sherbrooke près de la frontière des États-Unis, je dois préciser que cette région est déjà desservie par notre station affiliée de Sherbrooke.

Mme Finestone: Je parle de Pontiac et de Shawville à l'ouest et...

M. Juneau: C'est-à-dire Témiscamingue... dans le nord-ouest du Québec.

Mme Finestone: Je pense à l'Outaouais, la région de Hull et de Gatineau, qui reçoit le signal d'Ottawa et qui, par conséquent, n'est pas informée au même degré de ce qui se passe à l'Assemblée nationale du Québec ou dans la province en général.

M. Juneau: Le réseau ne couvre pas non plus les débats de l'Assemblée nationale de l'Ontario. Notre station d'Ottawa est en réalité une station d'Ottawa-Hull.

Mme Finestone: Je pense aux informations de Queen's Park par opposition aux nouvelles de l'Assemblée nationale de Québec.

M. Juneau: Les téléspectateurs reçoivent beaucoup d'informations du Québec. A vrai dire, on nous accuse de leur donner trop d'information sur le Québec. Il faut que les gens se décident dans un sens ou dans un autre.

Mme Finestone: Je présente et je défends un mémoire qui nous a été envoyé par une association qui regroupe un grand nombre de gens. Celle-ci déclare ne pas recevoir cette information. Pour votre part, vous affirmez que cette population est bien desservie et que leurs plaintes ne sont pas fondées. C'est bien cela?

M. Juneau: Tout dépend du sujet des plaintes. Je sais qu'il existe un problème. Vous posez en fait deux questions en même temps. Il m'est difficile d'y répondre simultanément. Dans le cas de Témiscamingue dans le nord-ouest du Québec, la population de langue anglaise se heurte effectivement à un problème de rayonnement ou de pénétration. Mais l'idée que la population anglophone de la région de Hull, ne bénéficie pas d'informations suffisantes sur ce qui se passe au Québec, est absurde. Vous êtes sans doute de bonne foi, mais j'affirme que l'information que vous avez reçue ne tient pas debout.

Mme Finestone: Très bien. Je vous enverrai une copie de ce mémoire. Je remettrai par ailleurs une transcription de la séance à l'association, qui peut-être communiquera avec vous. Vous pourrez alors faire la preuve de l'absurdité des propos avancés. Quoi qu'il en soit, je tiens à ce que l'affaire soit démêlée car il ne faut pas que cette population soit laissée pour compte. Elle doit avoir voix au chapitre et une place à part entière au Québec.

[Texte]

Mr. Juneau: I am not saying the northwestern Quebec situation is nonsense. It is a problem.

Mrs. Finestone: No, but your answer was with respect to the 45,000 living in the Outaouais area.

Mr. Juneau: Not getting enough information about Quebec? We usually hear the problem is the other way around, namely that they do not get enough information about what is going on in Ontario.

The Chairman: Is it people viewing CBOT on the Ontario side who say it, or is it people viewing CBOT on the Quebec side who say it?

Mr. Juneau: I have not read it so I do not know. The complaint is that the people on CBOFT do not—

The Chairman: Sorry, CBOT, anglophone Quebecers from Pontiac County or the Shawville area—

Mr. Juneau: It is possible that our CBOT station is too Ontario-oriented.

The Chairman: We will strike "nonsense" from the record then.

Mr. Juneau: Absolutely. Sorry about that.

Mrs. Finestone: I would appreciate if your Quebec anglophone division would look into it for me.

Mr. Juneau: Yes, right.

Mrs. Finestone: To move to the Broadcast Fund, could you tell me how satisfied you are with the way the Broadcast Fund has been operated and is now operating?

Mr. Juneau: The way it is now operating is a difficult question. As you know, one can refer to a transitional situation in Telefilm Canada. We are worried about the present situation, and I think everybody is worried about the present situation. We do not know how much money is left of whether there is any money left in Telefilm Canada to finish the year. We are very much worried.

I spoke about this at the speech I gave at lunch to a group here in Montreal. We are very much worried—but so are all the other broadcasters—about a business plan for the next five years, which they have put out for discussion. We were afraid that maybe they were starting to implement it. We have all telexed the president or chairman; that is, all the presidents of networks have telexed the president asking him not to apply the policy and requesting that he meet with us to discuss it. He has answered that he will meet with us. We hope to meet with him in the next two or three weeks. We have considerable concerns about this business plan. However, he says it is not going to be implemented before we have a chance to discuss it with him.

[Traduction]

M. Juneau: Je ne dis pas que les plaintes au sujet de la situation dans le nord-ouest du Québec ne sont pas fondées. Cette région connaît un problème réel.

Mme Finestone: Peut-être, mais votre réponse se rapportait aux 45,000 anglophones de la région de l'Outaouais.

M. Juneau: Qui ne reçoivent pas suffisamment d'information sur le Québec? D'habitude, on nous accuse du contraire, sans prétexte que l'information sur ce qui se passe en Ontario est insuffisante.

Le président: Ce sont les téléspectateurs de CBOT du côté de l'Ontario qui disent cela ou les téléspectateurs de CBOT du côté du Québec?

M. Juneau: Je n'ai pas lu le mémoire, de sorte que je ne saurais dire. La plainte est que les téléspectateurs de CBOFT ne...

Le président: Attention, c'est de CBOT qu'il s'agit. Les Québécois anglophones du comté de Pontiac ou de la région de Shawville...

M. Juneau: Il est possible que CBOT soit trop axée sur l'Ontario.

Le président: Nous allons biffer le mot «absurde» du procès-verbal.

M. Juneau: Je vous en prie. Excusez-moi.

Mme Finestone: Je vous serais reconnaissante de demander à votre division anglophone du Québec d'étudier cette question pour moi.

M. Juneau: D'accord.

Mme Finestone: Pour passer maintenant au Fonds de radiodiffusion, pourriez-vous nous dire si vous êtes satisfait de la façon dont celui-ci a été administré et est administré maintenant?

M. Juneau: Il est difficile de juger de son administration actuelle, comme vous le savez, Téléfilm Canada traverse actuellement une période de transition. Nous sommes inquiets de la situation actuelle, et je pense que tout le monde est inquiet. Nous ne savons pas combien il reste d'argent, si les fonds sont suffisants à Téléfilm Canada pour terminer l'année. Nous sommes très inquiets.

J'ai abordé cette question dans un discours que j'ai prononcé au déjeuner devant un groupe ici à Montréal. Nous sommes très inquiets—et tous les autres radiodiffuseurs le sont également—à cause du plan quinquennal d'entreprise qui a été distribué pour discussion. Nous craignons que ce plan ne soit adopté. Nous avons tous envoyé des télex au président, c'est-à-dire que tous les présidents de réseau ont envoyé un télex au président de Téléfilm Canada pour lui demander de ne pas appliquer la politique avant de nous rencontrer pour en discuter. Il a répondu qu'il voulait bien nous rencontrer. Cette rencontre aura lieu d'ici deux à trois semaines, espérons-nous. Ce plan d'entreprise nous préoccupe au plus haut point. Toutefois, le président nous

[Text]

In the past, I think our relations with Telefilm Canada on the whole have been good. I am sorry to take your time, but it is important that I do not speak on the record without some qualification. We are a bit worried about the fact that because of our financial difficulties, they have had to increase their contributions more and more often to 49%. We frankly do not think it is a good system when too much of the money to finance our programs have to come from another Crown corporation.

Mrs. Finestone: I would just like to tell you that Mr. Sirois was here yesterday or the day before. We have been here for so many days and so many hours, I do not remember which day any more. I specifically asked him if there was any money left. He said there was. I asked him what the problem seemed to be. He indicated that there were many more demands than they were able to meet and that some of the categories may have been filled but there were others for which the decisions were not taken. I do not know if this will answer your concern or that of the population out there, but this was the answer I received.

Based on the plan you saw, would you suggest it reflected the recommendations in the Caplan-Sauvageau task force report, which called for some legislative mandate changes and some operation policy and practices for Telefilm Canada? Did they look at all like what Caplan-Sauvageau said?

Mr. Juneau: No, I do not think so to the extent that I remember the recommendations of the Caplan-Sauvageau report. No, I do not think they did.

• 1650

One of the things that worries all of the broadcasters very much—and the presidents of all the companies, of all the networks met about that—is a tendency in that document for Telefilm Canada to become, as they say, a studio. That is, they would become a sort of co-producer. Whereas in the original policy agreed upon between the Minister and Telefilm Canada, it is very, very clear that it is the broadcaster who determines by a letter delivered to the producer whether a program is going to be produced or not. We think that is the right way. We are worried about Telefilm Canada becoming another producer, or a studio, as they say.

Mrs. Finestone: I must say a lot of people are worried about who makes the final decision and the judgment as to artistic merit and to potential profitability.

Mr. Juneau: We think that should be a matter between the producer and the network.

[Translation]

a affirmé qu'il ne serait pas mis en oeuvre avant que nous ayons eu l'occasion d'en discuter avec lui.

Par le passé, je dirais que nos relations avec Téléfilm Canada ont été excellentes dans l'ensemble. Je m'excuse d'abuser de votre temps, mais il est important que mes propos ne soient pas versés au procès-verbal sans être nuancés. Ce qui nous préoccupe, c'est qu'en raison de nos difficultés financières, Téléfilm Canada ait dû accroître de plus en plus ses contributions, qui atteignent maintenant 49 p. 100. Nous ne croyons vraiment pas, en toute franchise, que nos émissions soient financées à un si fort pourcentage par une autre société d'État.

Mme Finestone: Il se trouve que M. Sirois est venu nous rencontrer hier ou avant-hier. Voilà maintenant tellement de jours et d'heures que nous discutons que je finis par confondre les journées. Je lui ai demandé expressément s'il restait des fonds. Il m'a affirmé que oui. A ma question sur la nature du problème, il a précisé que les demandes étaient de beaucoup supérieures au fonds disponible et que si certaines catégories de demandes avaient été acceptées, d'autres attendaient encore une décision. Je ne sais pas si cette réponse apaisera vos inquiétudes ou celles de la population, mais je vous la livre telle quelle.

Le plan que vous avez consulté témoigne-t-il, à votre avis, des recommandations du rapport du groupe de travail Sauvageau-Caplan, qui préconisait des modifications au mandat législatif ainsi qu'à la politique et aux pratiques d'exploitation de Téléfilm Canada? Ce plan tient-il compte d'une façon ou d'une autre des recommandations de Sauvageau-Caplan?

M. Juneau: Non, je ne crois pas, du moins dans la mesure où je me rappelle les recommandations du rapport Sauvageau-Caplan. Non, je ne crois pas.

Ce qui inquiète particulièrement tous les radiodiffuseurs—et les présidents de toutes les sociétés, de tous les réseaux, se sont rencontrés à ce sujet—c'est l'orientation que semble préconiser ce document: Téléfilm Canada serait transformé en studio cinématographique. Téléfilm Canada deviendrait ainsi une sorte de coproducteur. Or, selon les lignes directrices dont le ministre et Téléfilm Canada avaient convenu au départ, il ne fait aucun doute que c'est le radiodiffuseur qui détermine, au moyen d'une lettre envoyée aux producteurs, si une émission sera produite ou non. Nous croyons que c'est la bonne façon de procéder. Nous craignons que Téléfilm Canada ne devienne un autre producteur, ou un studio, pour reprendre l'expression qui a été utilisée.

Mme Finestone: Je dois dire que bien des gens s'inquiètent de la responsabilité de la décision finale et du jugement sur la valeur artistique et la rentabilité potentielle d'une production.

M. Juneau: Nous pensons que cette décision doit être prise conjointement par le producteur et le réseau.

[Texte]

Mrs. Finestone: Fine.

Mr. Juneau: That is the way it was established by the Minister and reconfirmed by successive Ministers.

Mrs. Finestone: So you do believe there should be some consultation in that regard.

I will come back on a later round on Telefilm Canada and the independent producers. Thank you very much, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you, Mrs. Finestone. I will go now to Ms McDonald for the beginning of the third round.

Ms McDonald: I will continue with some questions on Telefilm Canada. We would like to have some information on past performance, I think, some factual information. So I would like to ask what the CBC spent on investment in and licence fees paid for broadcast fund productions in, say, 1983-1984, 1984-1985, 1985-1986 and 1986-1987. We would like to have this information separately for English and French projects and for major categories such as drama, documentaries, children's. Would it be possible to get this in a written form?

Mr. Juneau: Yes. You do not mean per program but in categories, English and French. Yes, sure.

Ms McDonald: All right. What percentage on average of the total budgets of Broadcast Fund productions in these different years was covered by CBC licence fees and CBC investments? Could we have that included?

Mr. Juneau: Yes. On the English side we have very seldom taken an investment position. We have always only paid by a licence fee. We have not invested. On the French side, there was a time when we used to take a participation on top of the licence fee, but we do not do that any more.

Ms McDonald: You do not do that any more. Okay, that cancels another question. How do you decide what should be paid for the right to show these Canadian productions?

Mr. Juneau: What we can afford. I have talked about that. We make no bones about the fact that we think our licence fees should be higher in principle. We agree with that, particularly when you are talking about programs that match the CBC mandate very closely and have—I hate to use that phrase, of course—but a high significance for cultural content. They can be very good but there is a possibility sometimes that they will be harder to sell abroad, not because they are not good but because they are so close to the local scene. Therefore, if they cannot recover their costs with foreign markets and so on, then the CBC should be able to help these programs to be produced anyway. We have agreed with that for a long time.

[Traduction]

Mme Finestone: Très bien.

M. Juneau: C'est ainsi que le ministre en avait décidé au départ: cette décision a été confirmée par la suite par ses successeurs.

Mme Finestone: Ainsi, vous croyez qu'une certaine concertation s'impose.

Je reviendrai tout à l'heure sur Téléfilm Canada et les producteurs indépendants. Merci beaucoup, monsieur le président.

Le président: Merci, madame Finestone. Je donne maintenant la parole à M^{me} McDonald, qui entame le troisième tour de questions.

Mme McDonald: J'ai encore quelques questions sur Téléfilm Canada. Nous aimerions avoir un peu d'information sur son rendement passé, disposer de quelques faits. Je veux savoir combien Radio-Canada a investi dans les productions de radiodiffusion et combien de redevances ont été versées, disons en 1983-1984, 1984-1985, 1985-1986 et 1986-1987. Il serait utile d'obtenir des chiffres distincts pour les productions en anglais et en français, ainsi que pour les principales catégories comme les dramatiques, les documentaires, les émissions pour enfants. Serait-il possible d'obtenir ces chiffres par écrit?

M. Juneau: Oui. Vous ne demandez pas des chiffres par émission, mais par catégorie, en anglais et en français. C'est bon, d'accord.

Mme McDonald: Très bien. Quel pourcentage du budget total des productions du fonds de la radiodiffusion a été financé en moyenne pendant ces années par les redevances de Radio-Canada et les investissements de Radio-Canada? Ces chiffres pourraient-ils être inclus?

M. Juneau: Oui. Du côté anglais, il est rare que nous ayons effectué des investissements de participation. Nous avons surtout versé des redevances. Nous n'avons pas investi. Du côté français, fut un temps où nous prenions des parts en plus de verser des redevances, mais nous ne procédons plus de cette façon.

Mme McDonald: Ah bon. Dans ce cas, ma deuxième question devient inutile. Sur quel critère vous fondez-vous pour décider du montant des redevances à verser pour diffuser ces productions canadiennes?

M. Juneau: Les redevances sont fixées en fonction de notre capacité budgétaire. J'ai déjà parlé de cela. Nous avouons sans ambages que nos redevances devraient en principe être nettement supérieures. Nous en sommes tout à fait conscients, notamment en ce qui a trait aux émissions qui se conforment de près au mandat de Radio-Canada et qui—bien que j'aie cette expression en horreur—présentent un contenu culturel important. Par conséquent, si ces émissions ne peuvent rentrer dans leurs frais sur les marchés étrangers ou autrement, Radio-Canada doit alors contribuer à leur production. Nous appuyons ce principe depuis fort longtemps.

[Text]

The question we have to face at the moment is that if we pay more per program, then there will have to be fewer programs. Fewer producers will be producing. So it is a big dilemma, but we agree.

Ms McDonald: Let me just ask you one more question along the same line. In terms of criteria in making decisions, as to the criteria of the cost of producing comparable productions in-house or the cost of buying foreign programs.

• 1655

Mr. Juneau: You say foreign programs.

Ms McDonald: American programs.

Mr. Juneau: American programs. Oh, a rule of thumb is 10 times more.

Ms McDonald: No, I am not asking what the costs are, but in terms of determining prices you pay for purchases from independent producers.

Mr. Juneau: You are talking of internal CBC productions as compared to buying foreign programs.

Ms McDonald: Sorry, no. We are talking past each other. Going back to my original question in the section as to how you decide what you are going to pay—

Mr. Juneau: Well, in the case of foreign programs—

Ms McDonald: —you said glibly “What we can afford”. I am—

Mr. Juneau: Well, it is not far from the truth. In the case of foreign programs, it is really the current rate. There is a lot of competition for foreign programs, so you pay what—

Ms McDonald: No, I am not asking about your purchases of foreign programs. I will abandon that line of questioning. Perhaps it is not all that important.

The task force report considered the CBC's proposal for providing a television channel to the American market and raised a number of concerns, with which you are familiar, about the risks involved, the concern that this be a priority when there are still Canadians who are not receiving services and so forth. I would like you to respond to these kinds of concerns.

Mr. Juneau: With pleasure.

Ms McDonald: Is this still an active subject for consideration?

Mr. Juneau: Yes. Both the task force and ourselves did not spend enough time on that question, and I am sure there was a misunderstanding. I know for sure that some members of the task force have changed their minds. It would not divert funds, because we can demonstrate that

[Translation]

Le dilemme dans lequel nous sommes plongés en ce moment, c'est que si nous acceptons de verser des redevances plus élevées par émission, il faudra forcément en limiter le nombre. Les producteurs seraient ainsi moins nombreux à pouvoir travailler. Nous sommes d'accord avec le principe, ce sont les moyens qui nous manquent.

Mme McDonald: Permettez-moi de vous poser encore une question dans le même ordre d'idées. Sur quel critère de coût vous appuyez-vous pour décider si l'émission doit être produite dans vos studios ou s'il convient d'acheter une émission étrangère.

M. Juneau: Des émissions étrangères?

Mme McDonald: Des émissions américaines.

M. Juneau: Des émissions américaines? En règle générale, dix fois plus.

Mme McDonald: Non, je vous demande à quel critère vous avez recours pour déterminer si le prix vous permet d'acheter à un producteur indépendant.

M. Juneau: C'est-à-dire pour décider entre une production interne de Radio-Canada et l'achat d'une émission étrangère.

Mme McDonald: Excusez-moi, non. Nous ne nous comprenons pas. Je veux savoir comment vous décidez ce que vous allez payer. . .

M. Juneau: Bon, dans le cas d'émissions étrangères. . .

Mme McDonald: . . . vous avez dit bien franchement: «ce que notre budget nous permet de payer». Je. . .

M. Juneau: C'est malheureusement la triste vérité. Dans le cas des émissions étrangères, nous payons en fait les prix qui ont cours sur le marché. La demande d'émissions étrangères est forte, de sorte qu'il faut payer. . .

Mme McDonald: Non. Je ne parlais pas de vos achats d'émissions étrangères. J'ai bien envie de laisser tomber. Peut-être qu'après tout cette question n'est pas si importante.

Le rapport du groupe de travail examinait la proposition de Radio-Canada d'exporter une chaîne de télévision sur le marché américain et faisait un certain nombre de réserves, qui vous sont bien familières: les risques possibles, la crainte que ce projet ne monopolise l'attention alors qu'il reste encore des Canadiens pour qui les services laissent à désirer, etc. Qu'en pensez-vous?

M. Juneau: Volontiers.

Mme McDonald: Cette possibilité est-elle encore envisagée?

M. Juneau: Oui. Le groupe de travail, tout comme nous, n'a pas consacré suffisamment de temps à cette question, et je suis sûr qu'il y a eu un malentendu. Je sais pertinemment que certains membres du groupe de travail ont changé d'idée depuis la publication du rapport. Le

[Texte]

the project would be self-financing and would become profitable after three or four years. Therefore we are not talking of diverting money from other things. On the contrary, we are talking of a money-producing operation that would allow us to invest in programs after a relatively short period of time. So it is exactly the other way around. So unfortunately—

Ms McDonald: You cannot make money by selling individual programs to the United States, but you can make money with the channel.

Mr. Juneau: Yes, sure.

Ms McDonald: Explain it.

Mr. Juneau: For a number of reasons. It is the way distribution works. It is difficult to sell individual programs to networks in the United States, for instance. Hardly anybody succeeds, except big Hollywood companies, but no Canadian company. Well, I must make an exception. *Night Heat* has worked—CTV has sold *Night Heat* to CBS, I think it is—but it is an exception. We sell programs, but it is very difficult to get what might be called in other businesses “shelf space”.

In the case of a channel like Northstar, we would have our own distribution system. We have consulted with cable companies in the United States. We have consulted with a very large firm in the United States that is interested in joining us in this venture, and they believe very, very strongly in the commercial possibility of this operation. Of course there would be commercials and we would have access to the advertising revenue on that network. Actually, most of the revenue would be from commercials and a bit from subscribers.

Ms McDonald: So you are exploring possibilities?

Mr. Juneau: Oh, we have gone much further than that. We have done a lot of study; we have done a lot of consultation—business, legal, political, and so on. It is a very advanced project. But like any business, it requires start-up money. If we could borrow that money, I think if we were strictly a business then we might be able to go to the bank and convince the bank to let us have the money. But we do not have that authority.

[Traduction]

projet n'aurait pas pour effet de grever le budget, car il s'autofinancerait et deviendrait même rentable au bout de trois ou quatre ans. Nous pouvons le démontrer. Nos autres obligations ne seraient donc nullement touchées financièrement. Bien au contraire, ce serait une opération rentable qui nous permettrait d'investir dans des émissions après une période de mise en place relativement courte. Loin d'être nuisible, par conséquent, le projet aurait des retombées positives. Malheureusement...

Mme McDonald: Vous ne pouvez pas rentabiliser la vente d'émissions individuelles aux États-Unis, et vous prétendez réaliser des profits pour la commercialisation d'un canal?

M. Juneau: Exactement.

Mme McDonald: Alors, expliquez comment.

M. Juneau: Pour plusieurs raisons. La première a trait aux modes de distribution. Il est difficile de vendre des émissions individuelles aux réseaux américains, par exemple. Il n'y a pratiquement que les grandes sociétés d'Hollywood qui y parviennent et les compagnies canadiennes ne sont pas à la hauteur. Je me dois cependant de mentionner une exception. En effet, *Night Heat* s'est bien vendue. CTV en a vendu les droits à CBS, je pense, mais il s'agit d'une exception. Nous vendons des émissions, mais il est très difficile de les commercialiser avec succès.

Mais dans le cas d'une chaîne comme *Northstar*, nous prendrions appui sur notre propre système de distribution. Nous avons consulté les sociétés de câblodistribution aux États-Unis. Nous avons discuté avec une très grande société américaine qui serait intéressée à coparticiper à cette entreprise, car elle est convaincue de sa viabilité commerciale. Naturellement, la chaîne présenterait des annonces publicitaires et nous aurions notre part des recettes publicitaires de ce réseau. À vrai dire, la plupart des recettes viendraient de la publicité, et une petite partie des abonnés.

Mme McDonald: Alors vous explorez encore les possibilités?

M. Juneau: Mais nous sommes allés beaucoup plus loin que cela. Nous avons effectué de nombreuses études, nous nous sommes livrés à des consultations, tant dans le milieu des affaires qu'auprès des milieux juridiques, politiques et autres. Le projet est très avancé. Mais comme pour toute entreprise, il faut des fonds de démarrage. Si nous pouvions emprunter cet argent, c'est-à-dire que si Radio-Canada était une entreprise commerciale, nous serions en mesure de nous présenter devant notre directeur de banque et de le convaincre de nous avancer les fonds. Malheureusement, nous n'avons pas ce pouvoir.

• 1700

Ms McDonald: Are you pursuing this with Treasury Board?

Mme McDonald: Vous êtes-vous adressé au Conseil du Trésor?

[Text]

Mr. Juneau: Yes. Not at this very moment, but certainly we will be trying to. . . And we have already had briefings with Treasury Board on this matter. What success we will have, I have no idea.

Ms McDonald: Are you trying to get in on this, Mr. Cowling?

Mr. Cowling: No. I just had one comment, which Mr. Juneau picked up about the commercials.

Ms McDonald: I just hope you are not successful on this before the free trade decisions are made because—

Mr. Juneau: I know that has been mentioned before, but really, with the enormous amount of American programming that has been coming into this country for the last 50 years, I do not know what we have to be bashful about, with or without a free trade agreement.

Ms McDonald: One final point, Mr. Juneau—

Mr. Juneau: We think we would get about 1% of the cable market, and based on that it can be profitable. In due course, these figures would be made public. But 1% of the cable market. . . The Americans get almost 33% of all the households in the country. As we say in French, *c'est un cheval, un lapin*.

Ms McDonald: Just one final point, and it is really by way of making a comment more than a question, although you can respond: your response on the ombudsman proposal. I think you answered those kinds of concerns quite well. I grant that you have made a point, but I do have to say that concerns remain, that your present in-house procedures certainly do not always lead to satisfaction. I speak as a customer who complains and so do many, many other people complain.

Mr. Juneau: Ms McDonald, we agree with that, and we are working hard now on ways to do better on that score. But our position on the policy remains the same.

Ms McDonald: Yes. Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you, Ms McDonald. Mr. Caldwell, would you care to proceed?

Mr. Caldwell: Mr. Juneau, with regard to the point I made, I am giving you some material that you can look at.

On the matter of fragmentation of the market, because now I have the figures. . . They are your figures and I want to show you what is happening to your market, if you have not read your own studies. I recognize you are holding at the present time, but if you look at the charts, when Global for example came on in 1974, they took 1.7% of the market and so on. And now we have

[Translation]

M. Juneau: Oui. Nous n'avons pas encore présenté de demande officielle, mais nous le ferons. . . Nous avons tenu des séances d'information à l'intention des représentants du Conseil du Trésor. Mais je n'ai encore aucune idée des perspectives qui s'offrent de ce côté-là.

Mme McDonald: Voulez-vous intervenir à ce sujet, monsieur Cowling.

M. Cowling: Non. Je veux seulement faire une observation, mais M. Juneau m'a devancé en parlant des annonces publicitaires.

Mme McDonald: J'espère que vous allez réussir avant que des décisions sur le libre-échange ne soient prises parce que. . .

M. Juneau: Je sais que ce spectre a déjà été brandi, mais pour moi, avec toutes les émissions américaines que nous avons importées au Canada depuis 50 ans, je ne vois vraiment pas ce qui pourrait nous retenir, avec ou sans accord de libre-échange.

Mme McDonald: Un dernier point, monsieur Juneau. . .

M. Juneau: Nous pensons pouvoir obtenir environ 1 p. 100 du marché du câblodistribution, mais ce serait suffisant pour que l'opération soit rentable. Bien sûr, les chiffres seraient rendus publics au moment voulu. Mais qu'est-ce que 1 p. 100 du marché de câblodistribution quand les Américains atteignent près de 33 p. 100 de tous les ménages de notre pays. Comme on dit en français: *c'est un cheval, un lapin*.

Mme McDonald: Un dernier point, qui est davantage une observation qu'une question, mais vous pouvez y répondre: il s'agit de votre réaction à l'égard de la proposition de défenseur du citoyen. A mon avis, vos réponses sont propres à apaiser les craintes à cet égard. Il reste toutefois d'autres préoccupations qui demeurent sans réponse, notamment en ce qui a trait à votre procédure interne actuelle qui ne donne sûrement pas satisfaction. Je parle à titre de cliente qui se plaint, et je ne suis pas la seule.

M. Juneau: Madame McDonald, nous sommes d'accord sur ce point et nous travaillons fort pour améliorer la situation. Mais sur le plan des principes, nous n'avons pas changé.

Mme McDonald: Exact. Merci, monsieur le président.

Le président: Merci madame McDonald. Monsieur Caldwell, voulez-vous prendre la relève?

M. Caldwell: Monsieur Juneau concernant l'idée que j'ai avancée, voici certains documents que vous pouvez consulter.

Pour en revenir, donc, à la question de la fragmentation du marché, car j'ai maintenant en main les chiffres qui me manquaient, je voudrais vous faire voir ce qui menace votre marché, au cas où vous n'auriez pas lu vos propres études. Je reconnais que vous tenez encore le coup à l'heure actuelle, mais si vous examinez les graphiques, vous verrez qu'au moment où *Global* est

[Texte]

independents taking about 10% of the market, where back in 1972 it was 3%. So you are now down to 16.5% of the English-speaking market. Now, if you add your 9.3% from the French language, you are up to what you said you were. There is no problem there.

I am not trying to be argumentative about it, but the fact is that as each new station comes on the market becomes more fragmented and everybody loses, and it seems the CBC is the one that is going down. I guess the question is to what point do we get to where the taxpayers of Canada say well, should we be spending \$800 million or \$750 million a year to give service to—at the present time in the English language—16.5% of the people and in the French, 9.3%? I am not saying we should do that. I am just saying those pressures eventually have to come to bear when you are down to a very small portion of the people whom you are serving.

Mr. Juneau: Mr. Caldwell, it is true that the audience went down during the 1960s and even more during the 1970s, because that was the time during which cable penetration increased enormously, and more and more American stations were coming into Canada. There were other factors—there were more Canadian stations too, as you would point out, no doubt. So during that period, yes. I would like to check these figures carefully, because I do not know what this 16% means. Generally the figure I get is 22%, and that figure has not changed—

• 1705

Mr. Caldwell: Well, if you add English and French, you get about that—

Mr. Juneau: No, no. English only is 22%.

Mr. Caldwell: Well, these are your figures; they are not mine.

Mr. Juneau: I am used to dealing with statistics and I never commit myself on statistics until I have had a chance to study them carefully. The figure I am prepared to quote now for English-language television is 22%. I do not understand this. That has not changed very much for the last five years.

Mr. Caldwell: At the bottom, you will notice it says "CBC Research".

Mr. Juneau: I know, but we will comment on this.

[Traduction]

entrée en scène en 1974, ce réseau vous a dépouillé de 1,7 p. 100 du marché. Or, ce n'est qu'un exemple. Nous constatons que les indépendants ont accaparé quelque 10 p. 100 du marché, alors que leur part n'était que de 3 p. 100 en 1972. Il ne vous reste plus donc que 16,5 p. 100 du marché anglophone. Il faut ajouter les 9,3 p. 100 du marché francophone pour obtenir les chiffres que vous avez cités. J'y vois un problème, personnellement.

Je ne veux pas chicaner, mais le fait est qu'avec l'arrivée de chaque nouvelle station, le marché se fragmente de plus en plus, au détriment de tous les participants, et il semble que ce soit Radio-Canada qui perd le plus de plumes. Jusqu'où pouvons-nous aller avant que les contribuables du Canada y mettent le holà en se révoltant contre des dépenses de 800 millions de dollars ou de 750 millions de dollars par an pour assurer un service qui n'est utilisé à l'heure actuelle que 16,5 p. 100 de la population pour le réseau de langue anglaise et 9,3 p. 100 pour le réseau de langue française? Je ne porte pas de jugement. Je dis simplement qu'il faut s'attendre à des pressions lorsqu'on se rendra compte de l'amenuisement de la tranche de la population que vous desservez.

M. Juneau: Monsieur Caldwell, il est vrai que notre audience s'est rétrécie pendant les années 1960 et encore davantage dans les années 1970, mais n'oublions pas que c'était l'époque où le câble gagnait de plus en plus de terrain et que les stations américaines pénétraient dans les foyers canadiens. Il existe encore d'autres facteurs, bien sûr, comme l'augmentation du nombre de stations canadiennes, et vous les connaissez. Le recul de Radio-Canada pendant cette période s'explique donc facilement. J'aimerais examiner ces chiffres de plus près, car je ne suis pas sûr de la signification de ces 16 p. 100. En général, le chiffre qu'on cite, c'est 22 p. 100, et il n'a pas changé. . .

M. Caldwell: Si vous additionnez l'audience anglophone et l'audience francophone, c'est effectivement le chiffre que l'on obtient. . .

M. Juneau: Non. L'audience anglophone à elle seule compte pour 22 p. 100.

M. Caldwell: Comme vous voulez, mais c'est vous qui avez publié ces chiffres, pas moi.

M. Juneau: J'ai l'habitude de jouer avec les statistiques et je ne m'engage jamais à leur égard avant d'avoir eu l'occasion de les étudier de près. Le chiffre que je suis prêt à avancer maintenant concernant les téléspectateurs de langue anglaise est de 22 p. 100. Je ne comprends pas le pourcentage dont vous parlez. Les chiffres n'ont pas beaucoup changé depuis cinq ans.

M. Caldwell: Vous remarquerez au bas de la page on précise «recherche de Radio-Canada».

M. Juneau: Je sais, mais il faudra que j'y regarde de plus près.

[Text]

Mr. Caldwell: You did not read all your statement in your opening—you kind of glossed over it—and it is maybe too bad you did not, because I would like to ask you what you meant by a couple of things.

Mr. Juneau: I did not want to take your time. I did, however, make it official, so you can take it as part of my statement.

The Chairman: Excuse me, Mr. Caldwell. I think we may be able to sort that out by pointing out the 16% and change figure is the percentage of all viewing, not of just one language or the other.

Mr. Caldwell: All right. We will take that.

The Chairman: They are both right.

Mr. Caldwell: All right. You say that

The all-encompassing presence of American television on the English network of the CBC is our Achilles heel. It threatens the CBC as a whole beyond even its recognized areas of excellence. What do you mean by that?

Mr. Juneau: I did explain that a bit—well, I did not explain it, but I did use that idea in my ad lib remarks. I mean that over the years we have been so concerned in the country about the predominance, one might say, in fiction at least, of American programs on CBC English television that this has been the problem on which we have focused. If you read studies, reports and so on, that is the problem we have been concerned about to such an extent that the other problems almost disappear. I go so far as to say that if we had resolved that problem ten years ago, it would have been too bad for royal commissions and task forces and so on; we might not have had any more if we had resolved that problem.

Mr. Caldwell: Okay. Let me try another—

Mr. Juneau: The other problems are easier to resolve.

Mr. Caldwell: Just a minute. I am running out of time and I want to get your reaction to this one, what you mean here. I want again to point out that 9.3% of the population of Quebec watch *Radio-Canada*. Am I correct on that? That would be all CBC-TV, all program.

Mr. Juneau: No. The share of French programs—

Mr. Caldwell: It would be 23%.

Mr. Juneau: It is more in the area of 35%, 38%.

Mr. Caldwell: Okay. Let me try this on. You say with respect to *Radio-Canada*'s importance for Quebec:

[Translation]

M. Caldwell: Vous n'avez pas lu le texte intégral de votre allocution d'ouverture—vous vous êtes contenté de le parcourir des yeux—et c'est peut-être dommage car j'aurais aimé vous demander des précisions sur certains aspects.

M. Juneau: Je ne voulais pas abuser de votre temps. Mon exposé n'en demeure pas moins officiel et les chiffres avancés en font partie.

Le président: Excusez-moi, monsieur Caldwell. Peut-être pourrions-nous trancher la question en signalant les 16 p. 100, mais en considérant le chiffre précisé comme un pourcentage s'appliquant globalement à l'ensemble de l'audience, indépendamment des appartenances linguistiques.

M. Caldwell: Très bien. Je me range à ce point de vue.

Le président: Vous avez donc tous les deux raison.

M. Caldwell: Très bien. Vous dites que

L'omni-présence de la télévision américaine sur le réseau anglais de Radio-Canada est notre talon d'Achille. Elle menace l'institution dans son ensemble, même dans ses secteurs reconnus d'excellence. Qu'entendez-vous par là exactement?

M. Juneau: Je me suis quelque peu expliqué à ce sujet, non pas explicitement, mais comme point de départ de mes remarques improvisées. Avec les années, nous avons tellement monté en épingle la supériorité de la programmation américaine par rapport aux émissions de langue anglaise de Radio-Canada, du moins dans le domaine de la fiction, que ce problème a accaparé toute l'attention. Dans les études, les rapports et tous les autres documents que l'on peut lire, c'est toujours ce problème qui revient, au point même de complètement masquer les autres problèmes. J'irais même jusqu'à dire que si nous avions réglé la question il y a 10 ans, par exemple, nous aurions privé nos Commissions royales et nos groupes de travail de leur raison d'être. La cause de la radiodiffusion y aurait peut-être perdu.

M. Caldwell: Très bien. Essayons d'une autre façon. . .

M. Juneau: Les autres problèmes sont plus faciles à résoudre.

M. Caldwell: Un instant, s'il vous plaît. Mon temps sera bientôt épuisé et je veux d'autres précisions. Je rappelle de nouveau que 9,3 p. 100 de la population du Québec regarde Radio-Canada. Est-ce exact? Ces chiffres s'appliqueraient à l'ensemble du réseau de Radio-Canada, à toutes les émissions.

M. Juneau: Non. La part des émissions de langue française. . .

M. Caldwell: . . . serait de 23 p. 100.

M. Juneau: Dans les environs de 35 p. 100 ou de 38 p. 100, plutôt.

M. Caldwell: D'accord. Essayons encore ceci. Vous dites à propos de l'importance de Radio-Canada au Québec:

[Texte]

Bring together 100 Quebec personalities from various fields and ask them their opinion about the significance of the CBC's role in Quebec in the past 30 or 40 years. I will bet that nearly all of them will say that the CBC's role matches that of any major institution in Quebec society—the school, the church, the university—and that is saying something.

Do you believe that, or are you reinforcing mother corporation?

Mr. Juneau: We did not consult on this. Let us hear what—

Mr. Caldwell: Okay. I am not disagreeing. I am just saying that. . .

Mme Lorraine Duguay (membre du conseil d'administration, Société Radio-Canada): Je pense que Radio-Canada, en français, et ce aussi bien la radio que la télévision, est une des institutions les plus importantes pour notre société canadienne française. Je crois qu'elle véhicule la culture et que sans elle, comme l'étaient peut-être l'église et la paroisse autrefois, notre culture serait à la baisse. Et je vous dis bien, qu'en tant que membre du conseil d'administration, je fais des pressions très fortes pour que la qualité exceptionnelle demeure, et que l'on puisse augmenter les budgets pour que la radio puisse remplir encore un plus grand rôle auprès de la population canadienne française.

Dans nos institutions, depuis quelques années, nous avons remarqué. . . Oh! Le problème anglais m'intéresse moins. Vous êtes nombreux pour vous défendre. Nous sommes peu, nous, et nous essayons de nous défendre autant que nous le pouvons.

• 1710

Dans nos institutions, nous avons perdu nos grands collèges classiques, nos grandes institutions classiques, et nous constatons que notre français, la qualité de notre français, dis-je, notre lecture, notre côté intellectuel, nos connaissances que nous avons grâce à nos institutions françaises classiques, sont en train de disparaître et sont en train de tomber, de s'amenuiser. Nos jeunes ne savent plus écrire le français. Ils ne savent pas notre histoire. Ils ne connaissent rien.

Quoi de plus fondamental, quand les jeunes regardent de plus en plus la télévision, que d'avoir une société telle que Radio-Canada!

Et je vous dis bien, qu'en tant que membre siégeant au sein du conseil, je fais faire l'impossible pour défendre ce point de vue. Je vous dis aussi que Radio-Canada est un des éléments les plus importants que nous puissions avoir au Canada français.

Mme Finestone: Même au Canada anglais!

Mme Duguay: Pas anglais! Vous êtes nombreux pour vous défendre.

[Traduction]

Réunissez 100 personnalités du Québec de tous les secteurs d'activités et demandez-leur leur opinion sur l'importance du rôle de Radio-Canada au Québec dans les 30 ou 40 dernières années. Je parie que la majorité d'entre eux diront que le rôle de Radio-Canada se compare à celui de tout autre grande institution du Québec—que ce soit l'école, l'Eglise ou l'université. Cette dimension n'est pas négligeable.

Croyez-vous vraiment à cette affirmation ou bien essayez-vous de faire l'apologie de la sainte institution?

M. Juneau: Nous ne nous sommes pas consultés à ce sujet. Écoutons ce que. . .

M. Caldwell: Très bien. Je ne vous contredis pas. Je voulais simplement. . .

Mrs. Lorraine Duguay (Member of the Board, Canadian Broadcasting Corporation): I think that CBC, the French network, both the radio and television networks, are among the major institutions of French Canadian society. I think CBC is a medium for culture, perhaps playing a similar role as the church and the parish in the past; without it our culture would be in decline. And let me tell you, I am putting on a lot of pressure, as a member of the board, to maintain standards of excellence and get the funds that are required for radio broadcasting to have an even more profound impact on the French Canadian population.

In our institutions, we have noticed in the past several years. . . But I am not so much interested in the English problem. You are quite numerous and you can defend yourselves. We are not, and we must do everything we can to survive.

As for our institutions, we lost our large classical colleges, our large classical institutions, and we find that our French language, the quality of our French language, our reading, our intellectual background, the knowledge we had thanks to our classical French institutions, are in the process of disappearing, of losing ground, of falling behind. Our young people do not know how to write in French anymore. They do not know our history. They do not know anything.

What is the basic point of having a corporation such as *Radio-Canada*, when the young watch more and more TV.

And let me tell you, as a board member, I will do my utmost to fight that point. I also tell you that *Radio-Canada* is one of the most important assets we can have in French Canada.

Mrs. Finestone: Even in English-speaking Canada!

Mrs. Duguay: Not in English-speaking Canada! You have the numbers to defend yourselves.

[Text]

Mr. Caldwell: I appreciate that, but I would also like to ask you then, madam, about the effects the new television stations Quatre Saisons and Télé-Métropole are having and the work they are doing. Are they not also adding to the flavour of Quebec?

Mme Duguay: Ils ont leur place, je crois bien. Comme le canal dix, et l'autre qui est le cinq, ont leur place. Mais il reste que ce sont des media qui sont des postes privés, et qui bien sûr doivent plaire à la majorité pour essayer d'avoir des annonces publicitaires. Il est certain qu'ils ne peuvent pas offrir, peut-être—je ne le sais pas—la même qualité que Radio-Canada peut offrir—parce que Radio-Canada tout de même a des subventions du gouvernement. Je dis que malheureusement, dans bien de ces postes, on essaie de plaire. . . On pense qu'en plaisant à la majorité, c'est bien, mais de fait on baisse la qualité intellectuelle. C'est ce qu'on retrouve moins à Radio-Canada. C'est pour ça que l'élément Radio-Canada est si important.

Mr. Caldwell: Are you suggesting that *Radio-Canada* should cater to the minority?

Mme Duguay: Non. Je dis que Radio-Canada doit garder une certaine qualité. Vous savez la culture c'est cela; et il est beaucoup plus difficile d'attirer les gens vers la culture qui elle, tranquillement, doit répondre à des besoins. Je dis: par certaines émissions, oui. Mais je ne crois pas que Quatre Saisons, par exemple, aurait fait la *La Mouette de Tchekhov* qui a été présentée dimanche. Je crois qu'il faut être Radio-Canada pour présenter ça. Et je crois que moi, en tant qu'intellectuelle, et mes enfants et nous tous les intellectuels du Québec ou les autres, les gens qui demandent donc une certaine qualité, on a le droit d'avoir ce service-là. Et je crois que si vous le donnez de plus en plus, ce nombre augmentera. Surtout aujourd'hui dans les conditions où l'on vit, comme je l'ai expliqué tout à l'heure, nous en avons de plus en plus besoin.

M. Caldwell: Merci beaucoup.

Le président: Fin de leçon! Une bonne leçon, madame. Merci.

Mr. Caldwell: Not necessarily agreed, but. . .

The Chairman: No, but we have received it and we respect the source very, very much. And I am delighted, by the way, Mr. Juneau, to have the participation of your board members here and we are glad you brought them along.

Mr. Juneau: I am always shy about dragging the board along, because they are busy people in their own right. We are not an authoritarian organization; I believe it is important to have consensus as to where this corporation is heading, and fortunately we have it, thanks to my colleagues.

The Chairman: Yes, that board idea really can work.

[Translation]

M. Caldwell: Je comprends, mais je veux savoir aussi, madame, ce que vous pensez de l'influence des nouvelles chaînes Quatre Saisons et Télé-Métropole, et du travail qu'elles font. N'ajoutent-elles pas, elles aussi, au caractère du Québec?

Mrs. Duguay: They have their own position, I guess, just like channel 10 and the other, channel 5, have their position. Still, these are private stations which must naturally please the majority of people in order to attract advertising. I am sure they cannot offer, maybe—I do not know—the same quality as *Radio-Canada*, since *Radio-Canada* does have government subsidies. I am saying that, unfortunately, many of these stations try to please—Pleasing the majority is good, but it also lowers the intellectual quality of their programming. We don't see as much of that with *Radio-Canada*. That is why *Radio-Canada* is so important.

M. Caldwell: Voulez-vous dire que Radio-Canada devrait servir une minorité?

Mrs. Duguay: No. I am saying that *Radio-Canada* should maintain a certain quality level. That is culture, you know, and it is much more difficult to bring the people to culture; it has to meet their needs gradually. I say that yes, it should cater to the minority through some programs. On the other hand, I do not believe that Quatre Saisons, for example, would have carried *La Mouette de Tchekhov*, which was broadcast on Sunday. I think only *Radio-Canada* can show that. And I believe that myself, as an intellectual, and my children, and all of us Quebec intellectuals and other people who want a certain quality have the right to that kind of service. I also believe that the more you give that service, the more numerous we will be, particularly today, considering the conditions under which we live, as I explained earlier, we need it more and more.

Mr. Caldwell: Thank you very much.

The Chairman: Class is over! It was a very good lecture, Madam. Thank you.

M. Caldwell: Je ne suis pas nécessairement d'accord, mais. . .

Le président: Non, mais nous avons compris le message et nous avons le plus grand respect pour son auteur. Incidemment, monsieur Juneau, je suis très content que les membres de votre conseil d'administration participent à cette réunion et je vous remercie de les avoir fait venir.

M. Juneau: J'ai toujours quelques réticences à amener les membres du conseil avec moi, parce qu'ils sont si occupés. Il n'y a pas d'autoritarisme dans notre organisation; je suis persuadé qu'il faut un consensus sur nos orientations et c'est heureusement le cas, grâce à mes collègues.

Le président: Oui, un conseil peut très bien fonctionner, c'est vrai.

[Texte]

Mrs. Finestone: I always felt that good nominations, wherever they came from, would be helpful.

Mr. Juneau, you have rejected the task force recommendation that CBC concentrate its English-language production of TV programs other than news, information and sports in five selected cities in Canada, which were, as you well know, Vancouver, Winnipeg, Toronto, Montreal, and Halifax. How much production other than news, information and sports originates from the CBC's English owned-and-operated stations? I would really like to know, with respect to the hours of children's programs, the variety, drama, documentaries, just how much was spent on this programming in each of those locations.

• 1715

Mr. Juneau: I will ask Bill Armstrong to comment on that, but I would like to point out that even Gerry Caplan ultimately rejected that recommendation after he finished his work on the task force.

Mrs. Finestone: Well, I am glad he did, because I tell you that it was not well received. I should perhaps have said neither you nor the society in general out there. But what is of concern is the quality of the message and the diversity of the message that is going out there, and the difference that might well be found between your O-and-O stations and your affiliates. Would you prefer to do that in writing, Mr. Juneau, or would you rather. . . ?

Mr. Juneau: Obviously we would like to do more. According to the plan we have now tabled, we would be doing more, and much more, regional production for the network, giving exposure to regional production and programming on the whole network. That is the direction in which the board has decided to go—on the recommendation of the vice-president, English television, who, as Bill Armstrong was pointing out, has proceeded to a long process of discussion with a large number of his staff, including regional directors.

Mrs. Finestone: All right. So you are going to then improve the distribution and the amount of creative material that is going to come out of the regions—

Mr. Juneau: Well, let me put it this way. The problem is obviously that it costs more to produce 10 regional programs than to produce one network program, unless your network program has a very high budget. And that happens, but generally it costs more. Now we would like to have more regional programming for the regions—exclusively for each region. In the present circumstances there is some, and the study that the task force commissioned from Peter Desbarats has been very positive about our daily magazine on all the television stations in

[Traduction]

Mme Finestone: J'ai toujours pensé que les gens de valeur sont toujours utiles, quel que soit le gouvernement qui les a nommés.

Monsieur Juneau, vous avez rejeté la recommandation du groupe de travail selon laquelle la Société Radio-Canada aurait dû concentrer la production de ses émissions télévisées en langue anglaise—hormis les nouvelles, les émissions d'affaires publiques et les reportages sur les sports—dans cinq villes, Vancouver, Winnipeg, Toronto, Montréal et Halifax. A ces trois réserves près, quel pourcentage de vos émissions produisez-vous dans les stations de votre réseau anglais qui vous appartiennent et que vous exploitez? J'aimerais bien savoir combien d'argent on a consacré à chaque type d'émissions: la programmation pour enfants, les émissions de variétés, les émissions dramatiques et les documentaires.

M. Juneau: Je vais demander à Bill Armstrong de vous répondre, mais je souligne que M. Gerry Caplan a fini par rejeter cette recommandation après avoir terminé sa tâche au Groupe de travail.

Mme Finestone: Eh bien, je suis contente qu'il l'ait fait, parce que je peux vous dire que cette recommandation-là n'a pas été bien accueillie. J'aurais peut-être dû dire qu'elle avait été rejetée, et par vous, et par le public en général. Toutefois, ce qui compte, c'est la qualité et la diversité du message diffusé, et la différence entre les stations dont vous êtes propriétaire et que vous exploitez vous-même, d'une part, et vos affiliés, d'autre part. Préférez-vous me donner ces renseignements par écrit, monsieur Juneau, ou encore. . . ?

M. Juneau: Nous voudrions bien sûr en faire davantage. Conformément au plan que nous venons de déposer, nous produirions plus, bien plus d'émissions régionales pour le réseau, en donnant aux productions régionales du temps d'antenne sur le réseau national. C'est l'orientation que le Conseil a décidé de prendre, sur la recommandation du vice-président à la télévision de langue anglaise, qui s'est engagé, comme Bill Armstrong le disait, dans un long processus de discussions avec beaucoup de ses employés, y compris les directeurs régionaux.

Mme Finestone: Je vois. Vous allez donc améliorer la distribution et la quantité des oeuvres de création produites dans les régions. . .

M. Juneau: Permettez-moi d'expliquer: manifestement, il coûte plus cher de produire 10 émissions régionales qu'une seule émission pour le réseau national, à moins d'avoir un très gros budget pour cette émission-là. Cela peut arriver, mais en général, le raisonnement tient. Nous voudrions maintenant avoir plus d'émissions régionales pour les régions, des émissions réalisées exclusivement pour la région. Dans les conditions actuelles, il y a déjà certaines émissions de ce genre et, dans l'étude que le Groupe de travail lui avait commandée, Peter Desbarats a

[Text]

the regions. But we will not be able in the present financial circumstances to increase regional programming for the regions, because of what I have explained.

What we intend to do, and we think we can do with economies, with more commercial revenue, and as I said, with some help from the government, is increase considerably the regional production for network exhibition.

Mrs. Finestone: Okay. And at the same time I hope you will reconsider or give consideration, if you have not done so, to the purchase and distribution of your affiliate stations. Certainly New Brunswick, when they were in here—I was just trying to find their presentation—has a range of very good programs. They have won awards for their children's programs. Their programs have been sold to Global, who found them acceptable for the Global network. I think that once they have won awards they might well suit your kind of programming.

I recall that in the exchanges we had in both the Atlantic and in the west, the time slots that are allocated for the purchase of your regional programming from east to west and back and forth are not very large. So perhaps that might well be looked at as well, so that you get a better exchange, and the goal we have that Canadians should get to know each other better from coast to coast might well be more adequately met.

You have indicated on page 51 that you have already acted on the comparable recommendations in relation to French television, with respect to the Caplan-Sauvageau report, that you rejected on the English side because of financial constraints. So what savings do you achieve when you concentrate certain categories of production in Montreal, Quebec, Moncton and Ottawa?

Mr. Juneau: You are referring to the same recommendation.

Mrs. Finestone: Yes, but for the French side.

• 1720

Mr. Juneau: We have the same problem on the French side as we have on the English side. It is very difficult, indeed impossible, to tell certain stations they are going to be, in principle, second-class stations. We find that very, very difficult.

Mrs. Finestone: I tell you, Mr. Juneau—

Mr. Juneau: Mind you, the task force did not say there would be large savings. Maybe we did not understand well, but our understanding was that in their mind it would not necessarily produce large savings but it would be good management of production, let us say, to concentrate on what has been called in other

[Translation]

eu des commentaires très positifs sur notre «journal» quotidien, diffusé par toutes les stations de télévision régionales. Malheureusement, comme je l'ai déjà expliqué, nous ne pourrions pas augmenter le pourcentage de programmation régionale pour les régions, dans les conditions financières actuelles.

Ce que nous voulons faire, et je crois que c'est possible, à condition d'être économes, d'augmenter nos recettes publicitaires et de bénéficier, comme je l'ai dit, d'une certaine aide du gouvernement, c'est augmenter considérablement la proportion d'émissions régionales destinées au réseau national.

Mme Finestone: Bon. Parallèlement, j'espère que vous repenserez à l'achat et à la distribution de vos affiliés, ou que vous y penserez, si vous ne l'avez déjà fait. Je me rappelle fort bien que les gens du Nouveau-Brunswick, quand ils sont venus—j'essayais justement de trouver leur communication—il avait été question de toute une gamme d'excellentes émissions. Ils ont gagné des prix pour leurs émissions pour enfants. Ils ont vendu des émissions à Global, qui les a trouvées acceptables pour son réseau. Je pense qu'après avoir gagné des prix, ils pourraient bien satisfaire à vos exigences de programmation.

Je me rappelle que dans les provinces de l'Atlantique et dans l'Ouest, on nous a dit que les plages que vous réservez aux émissions régionales de l'Est à l'Ouest et ainsi de suite n'étaient pas très larges. Peut-être devriez-vous aussi réétudier ces heures, améliorer les échanges et ainsi permettre aux Canadiens d'apprendre à se connaître mieux, d'un océan à l'autre.

À la page 51 de votre intervention, vous dites que vous avez déjà pris des mesures pour mettre en oeuvre, pour la télévision de langue française, les recommandations du rapport Caplan-Sauvageau équivalentes à celles que vous aviez rejetées pour le réseau anglais, en invoquant des contraintes financières. Quelles économies réalisez-vous donc quand vous concentrez certaines catégories de productions à Montréal, Québec, Moncton et Ottawa?

M. Juneau: Vous parlez de la même recommandation?

Mme Finestone: Oui, mais pour le réseau français.

M. Juneau: Le problème est le même pour les deux réseaux. Il est très difficile, voire impossible, de dire à certaines stations qu'elles seront en principe des stations de seconde classe. C'est très, très difficile.

Mme Finestone: Je vous dis, monsieur Juneau. . .

M. Juneau: Notez que le groupe de travail n'a pas dit qu'il y aurait de grandes économies. Peut-être avons-nous mal compris, mais nous avons pensé que, dans leur esprit, cette concentration ne nous permettrait pas nécessairement de réaliser de grosses économies, mais qu'elle assurerait une bonne gestion de la production,

[Texte]

circumstances, centres of excellence. That is, if we are going to have excellence, let us concentrate on certain key areas—

Mrs. Finestone: I think the point—

Mr. Juneau: —and we think that is a very, very... For one thing, I do not think you can administer the CBC that way. You would have too much resentment on the part of those who are not selected.

Mrs. Finestone: That was my point, Mr. Juneau, that you had said on page 51 of your report that you had done that, and yet you had rejected it on the English side. Quite frankly, coming from the Chicoutimi—Lac Saint-Jean area, which has a very distinctive personality, as does Gaspésie and Rimouski, it would seem to me that the stringer-type approach or the storefront approach, which I have not addressed to you today in questions but I am going to table them with you, might be more effective to reach the same goal.

Mr. Juneau: I would like to read that again and see whether there is a discrepancy between what I am telling you—

Mrs. Finestone: I know you told me—

Mr. Juneau: —and what is written here. We have a clear policy on that. This may not be clear enough, but we will clarify it for you, because our position is the same as the one we have expressed before. We do not believe you can predetermine which stations are going to be *the* stations, and all the others are going to be a different class.

Mrs. Finestone: I can tell you, if you are even talking about the French side, I was very delighted when Mr. Blackburn got an affirmative answer through Mr. Delaney of a transfer of staff. But that has some implications and I remember being in the Edmonton studio with the same francophone staff that you are transferring. I know he is going to be delighted to come here, but what is that going to mean in terms of services to Saskatchewan, Alberta and British Columbia, Manitoba? I know—

Le président: C'est la contribution de l'Alberta envers l'unité canadienne.

Mme Finestone: Très bien.

Mr. Juneau: Oh, Mrs. Finestone, there is no plan in the CBC to massively transfer people—

Mrs. Finestone: I did not... Excuse me, Mr. Juneau, do not misunderstand what I was saying. What I was saying is that according to what was in your report, you seem to have accepted the Caplan-Sauvageau set-up for the French sector while rejecting it for the English side, and I objected to your doing that.

[Traduction]

disons en nous forçant à nous regrouper autour de ce qu'on appelait dans d'autres circonstances des centres d'excellence. En d'autres termes, s'il doit y avoir excellence, concentrons les efforts dans certains secteurs clé... .

Mme Finestone: Je pense qu'au fond... .

M. Juneau: ... et nous pensons que c'est une question très, très... Pour commencer, je ne pense pas qu'il soit possible d'administrer la Société Radio-Canada de cette façon-là. Ceux qui seraient laissés pour compte seraient trop amers.

Mme Finestone: C'est ce que je voulais dire, monsieur Juneau: à la page 51 de votre rapport, vous disiez que vous l'aviez fait, et pourtant, vous avez refusé de le faire dans le cas du réseau anglais. Franchement, je viens de la région de Chicoutimi et du Lac Saint-Jean, qui a une personnalité très particulière, comme la Gaspésie et Rimouski, et il me semble qu'il serait plus efficace d'adopter l'approche du correspondant local ou du service «communautaire»; je ne vous en ai pas encore parlé dans mes questions aujourd'hui, mais je vais vous le dire.

M. Juneau: J'aimerais relire ce passage et voir s'il y a une différence entre ce que je vous dis maintenant... .

Mme Finestone: Je sais que vous m'avez dit... .

M. Juneau: ... et ce qui est écrit ici. Notre politique là-dessus est claire. Ceci n'est peut-être pas suffisamment clair, mais je vais préciser pour vous, parce que notre position n'a pas changé. Nous ne croyons pas qu'il soit possible de prédéterminer quelles stations seront *les* stations, et qu'elles seront tout simplement des stations.

Mme Finestone: Je peux vous dire, si vous parlez du côté français, que j'ai été très heureuse quand M. Delaney a donné à M. Blackburn une réponse favorable au sujet d'un transfert de personnel. Il n'empêche que le transfert a des implications et je me rappelle d'avoir rencontré dans le studio d'Edmonton les employés francophones que vous transférez. Je sais qu'il sera ravi de venir ici, mais je me demande ce que cela signifie pour le service offert aux francophones de la Saskatchewan, de l'Alberta, de la Colombie-Britannique et du Manitoba. Je sais... .

The Chairman: This is Alberta's gift to Canadian unity.

Mrs. Finestone: Very well.

M. Juneau: Oh, madame Finestone, la Société Radio-Canada ne prévoit nullement de transférer massivement des gens... .

Mme Finestone: Je n'ai pas... Excusez-moi, monsieur Juneau, ne vous méprenez pas sur ce que je disais. Je disais simplement que, d'après ce que j'ai lu dans votre rapport, vous sembliez avoir accepté la recommandation du rapport Caplan-Sauvageau pour le réseau français, tout en la rejetant pour le réseau anglais, et je m'opposais à votre façon de faire.

[Text]

Mr. Juneau: I am reading this. No, I do not think so.

Mrs. Finestone: Maybe I misread it.

Mr. Juneau: I do not think so. Is this the part you are referring to: "We note the suggestion to open more bureaux in Atlantic Canada and provide local service outside Quebec"? So we are talking of an addition.

The Chairman: I think it is in the two preceding sentences that we find the contradiction, Mr. Juneau, where it says:

Financial constraints force the CBC to implement a reorganization of French-language television broadcasting. French television production is concentrated in the four communities recommended, with more modest infrastructures in eight other cities.

So if it is not accomplished, according to this it appears to be well in train.

Mrs. Finestone: That was the reason for my question.

Mr. Juneau, may I just...? If I have run out of time, fine, then I will just place the question. If not, I would appreciate an answer. It relates to storefronts in response to the need for our face to be explored and exposed in more than just a national or regional scene. Is a storefront radio unit essentially a local news bureau, and how extensive an operation is involved?

Mr. Juneau: Are you talking of existing sorts of storefront operations?

Mrs. Finestone: That is right, the ones you presently have. I know we have had requests all the way up and down the coast, every province, so I am sure you cannot meet all those requests. But what is involved in setting up this storefront news unit, both for the anglophones who are up on the Blanc-Sablon and the francophones who are in the hinterland that want—

• 1725

Mr. Juneau: The problem, Mrs. Finestone, is we cannot have, even in the best of circumstances in the future, when all your fantastic recommendations will have been implemented—

Mrs. Finestone: I should live so long.

Mr. Juneau: You know and we know that we cannot have a CBC radio or television station in every village where there is a church. Sometimes it would seem that is what people might like to have, and we know that is unrealistic. Still, people would like to feel, when they do not have a station in their own town and there is a station 50 miles from where they are, that this station is better equipped to reflect them and the people who live around the station only. Therefore as funds permit—and we have done that to a certain extent—

[Translation]

M. Juneau: Je relis. Non, je ne pense pas.

Mme Finestone: J'ai peut-être mal lu.

M. Juneau: Je ne pense pas. S'agit-il de la partie où nous disons que nous prenons bonne note de la suggestion d'ouvrir plus de bureaux dans les provinces de l'Atlantique et d'offrir des services locaux à l'extérieur du Québec? Nous parlons alors d'une expansion des services.

Le président: Je pense que c'est dans les deux phrases précédentes que nous trouvons la contradiction, monsieur Juneau, là où vous dites:

En raison des contraintes financières, la Société Radio-Canada se voit forcée de réorganiser ses services de télévision de langue française. La production est concentrée dans les quatre localités recommandées, les huit autres villes conservant des infrastructures plus modestes.

Autrement dit, si la recommandation n'a pas été mise en oeuvre, elle semble être en bonne voie de l'être, si j'en crois ces lignes.

Mme Finestone: C'est l'objet de ma question.

Monsieur Juneau, pourrais-je juste...? Si je n'ai plus le temps, je ne ferai que poser la question. Si j'ai encore du temps, j'aimerais que vous me répondiez. C'est au sujet des comptoirs de service, qui doivent refléter nos caractéristiques locales, et non seulement national ou régional. Un comptoir de services radio est-il essentiellement un bureau de nouvelles locales? Quelle est l'importance des comptoirs de service?

M. Juneau: Vous parlez des comptoirs que nous avons actuellement?

Mme Finestone: Oui, de ces services-là. Je sais que nous avons eu des demandes d'un bout à l'autre de chaque province, et je suis sûre que vous ne pouvez pas donner satisfaction à tout le monde, mais ce qu'il faut faire pour créer un comptoir de nouvelles, tant pour les anglophones isolés à Blanc-Sablon que pour les francophones de l'arrière-pays qui veulent...

M. Juneau: Le problème, madame Finestone, c'est que, même dans les meilleures conditions du monde, quand toutes vos magnifiques recommandations auront été mises en oeuvre, nous ne pourrons pas avoir...

Mme Finestone: Ce serait trop beau.

M. Juneau: Vous savez, tout comme nous, que nous ne pouvons pas avoir de station de radio ou de télévision dans tous les villages où il y a une église. Il semble parfois que c'est ce que les gens voudraient, et nous savons que ce n'est pas réaliste. Néanmoins, les gens aimeraient bien savoir, même s'ils n'ont pas de station dans leurs propres villes, qu'il y en a une autre à 50 milles de chez eux et que cette station est mieux équipée pour les représenter et pour représenter ceux qui habitent juste à côté. Par conséquent, dans la mesure où nos fonds nous le

[Texte]

Mrs. Finestone: Would you have stringers who would be related to that?

Mr. Juneau: We are talking of what the newspapers would call, and what we sometimes call "stringers". I think we have done that to some extent in the Gaspé area.

The Chairman: And Baie Comeau.

Mr. Juneau: In Baie Comeau we have in Forestville. . . What is the member for Forestville? He is chairman of the Committee on Official Languages.

The Chairman: Charles Hamelin.

Mr. Juneau: Hamelin, yes. We have a sort of storefront in Forestville for television. It means a reporter and a part-time cameraman, who can feed stories to, in that case, the Rimouski station. I think it is. So now and then you hear a little more about that area than if they did not have anybody, because we cannot have our reporters from Rimouski travelling around that area all the time. It is too vast. And we have done that in other parts of the Gaspé area too.

Mr. Delaney has come to my assistance. Mr. Chairman, about the four stations we referred to here. He points out that this is not a policy; it is the situation now. It is not the result of a recent trend. We do have stations that are more important than the others.

Mrs. Finestone: The way it was placed in your report, it was seemingly in response to Caplan-Sauvageau.

Mr. Juneau: You are right.

Mrs. Finestone: It just shows I read your report.

The Chairman: Thank you very much for all you have given us today, Mr. Juneau. We have truly toured the horizon. I want to sum up with a couple of things, and also to give you some questions, which I will ask you to respond to in writing.

The situation we heard described in the west of Quebec had another parallel I would just like to leave with you. We do not need to discuss it. It is in the proceedings of our meeting in Thunder Bay. The same kind of complaint was laid, not by a language minority, but because of a geographically, politically isolated group of people. The people of northwestern Ontario as far east as Thunder Bay, or as far east as Dryden, at least, are served from Winnipeg, and there is a disorientation as to the political news, among other things.

Mr. Juneau: We are very familiar with that. It is something that ought to be corrected at some time. There are a few others. It used to be like that for northern New Brunswick, you will remember.

[Traduction]

permettent—et nous l'avons fait, dans une certaine mesure. . .

Mme Finestone: Auriez-vous des correspondants dans ce contexte-là?

M. Juneau: Nous parlons de ce que les journaux appelleraient des «correspondants locaux», comme nous le faisons aussi parfois. Je pense que nous l'avons fait jusqu'à un certain point, en Gaspésie.

Le président: Et à baie Comeau.

M. Juneau: Et dans la région de baie Comeau, nous avons à Forestville. . . Qui avons-nous à Forestville? Il est président du Comité des langues officielles.

Le président: Charles Hamelin.

M. Juneau: Hamelin, oui. Nous avons une sorte de station «comptoir» à Forestville pour la télévision. Cela signifie tout simplement un reporter et un cameraman à temps partiel, qui peuvent envoyer des reportages à la station, de Rimouski je crois. Cela nous permet de parler un peu plus de la région que si nous n'avions personne sur place, parce que nous ne pouvons pas envoyer nos employés de Rimouski sillonner constamment la région. Nous avons fait la même chose en Gaspésie aussi.

Monsieur le président, M. Delaney vient de me donner des renseignements sur les quatre stations dont nous avons parlé. Il me dit qu'il ne s'agit pas là de notre politique, mais bien de la situation actuelle, qui n'est pas le point d'aboutissement d'une tendance récente. Nous avons effectivement des stations plus importantes que les autres.

Mme Finestone: De la façon dont vous le disiez dans votre rapport, il pouvait sembler que c'était votre réponse au groupe de travail Sauvageau-Caplan.

M. Juneau: Vous avez raison.

Mme Finestone: Cela prouve que j'ai lu votre rapport.

Le président: Je vous remercie beaucoup de ce que vous nous avez dit aujourd'hui, monsieur Juneau, nous avons vraiment fait un tour d'horizon. Je vais terminer en touchant deux points, puis en vous posant quelques questions, auxquelles je vous demanderai de répondre par écrit.

La situation qu'on nous a décrite dans l'Ouest québécois a un parallèle, et je vous demande d'y réfléchir. Nous n'avons pas besoin d'en parler. Je l'ai trouvé au cours de l'audience que nous avons eue à Thunder Bay. Nous avons alors entendu le même genre de doléance non pas chez un groupe linguistique minoritaire, mais chez un groupe de personnes isolées géographiquement et politiquement. Les gens du nord-ouest de l'Ontario, aussi loin à l'est que Thunder Bay ou du moins Dryden, captent le signal de Winnipeg, de sorte qu'ils sont passablement désorientés, pour les nouvelles politiques, par exemple.

M. Juneau: C'est un cas que nous connaissons bien. La situation devrait être corrigée avec le temps. Il y a d'autres cas du même genre. Autrefois, c'était la même chose dans le nord du Nouveau-Brunswick, vous vous rappelez.

[Text]

The Chairman: And there are some paradoxical quirks, where people in northeastern B.C. want to have Edmonton news rather than Vancouver news. Mr. Fraser is familiar with that political problem.

Mrs. Finestone: So we are never satisfied.

The Chairman: But I do want to touch on CBC Enterprises. It is not directly related to the study of broadcasting policy, but there are several avenues open to us to pose these questions, and what I would like to do is just read them into the record and ask that you give us a written response to them. First of all, could you provide the committee with a detailed revenue and expense breakdown for CBC Enterprises in 1986-87? These will be passed to you in writing, sir.

Next, with the departure of the head of CBC Enterprises, Paul Cadieux, will there be changes in the mandate or operations of CBC Enterprises, and if so, what will they be?

• 1730

Did the CBC or CBC Enterprises have any contractual arrangements with Marice Rouillard, and does it now? What payments, if any, were made to her or to her company in 1985-1986 and 1986-1987? Who approved those contracts and payments? What services did she provide?

Did the CBC establish a management committee to take responsibility for the operations of CBC Enterprises? Who are its members? Did the management committee recommend that a trustee be brought in to look after the problems which had arisen at Enterprises? If so, why? And what role is Clarkson Gordon now playing in relation to CBC Enterprises?

We do not expect a response today, but we would very much appreciate getting one in due course.

Mr. Juneau: Of course. No problem, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you very much, Mr. Juneau and members of the board and members of the management. We have had a very, very productive afternoon.

Mr. Juneau: I wonder, Mr. Chairman, if your patience and your energy are not all spent, whether you might like to have some final comments from my colleagues who have joined us today. We have heard from Madam Duguay, but maybe Mr. Fraser, who has come all the way from Vancouver, might—I do not know what he might say.

The Chairman: There is a little history here between Paul Fraser and me, because at one point I gave up a job

[Translation]

Le président: Il y a aussi quelques situations paradoxales, comme celle des gens du nord-est de la Colombie-Britannique, qui préfèrent les nouvelles d'Edmonton à celles de Vancouver. M. Fraser connaît bien ce problème politique.

Mme Finestone: Nous ne sommes donc jamais contents.

Le président: Je veux parler des Entreprises Radio-Canada. Ce dossier n'est pas directement lié à l'étude de la politique de radiodiffusion, mais bien des questions se posent sur plusieurs points. Je vais les poser et vous demander d'y répondre par écrit. Premièrement, pouvez-vous envoyer au Comité un état détaillé des recettes et des dépenses des Entreprises Radio-Canada pour 1986-1987? Je vais vous donner les questions par écrit, monsieur.

Deuxièmement, le départ du patron des Entreprises Radio-Canada, Paul Cadieux, entraînera-t-il des changements du mandat ou de l'exploitation des Entreprises Radio-Canada, et, si oui, lesquelles?

La Société Radio-Canada ou les Entreprises Radio-Canada, ont-elle conclu des ententes contractuelles avec Marice Rouillard, et sont-elles liées actuellement par des ententes de ce genre? Quels paiements, le cas échéant, ont été versés à cette personne ou à son entreprise en 1985-1986 et en 1986-1987? Qui a approuvé ces marchés et ces paiements? Quels services cette personne a-t-elle fournis?

La Société Radio-Canada a-t-elle établi un comité de gestion et confié à ce comité la responsabilité de l'exploitation des Entreprises Radio-Canada? Quels sont les membres de ce comité? Le comité de gestion a-t-il recommandé qu'un administrateur de l'extérieur soit chargé de régler les problèmes constatés aux Entreprises? Si oui, pourquoi? Quel rôle Clarkson Gordon joue-t-il actuellement à l'égard des Entreprises Radio-Canada?

Nous ne nous attendons pas à une réponse aujourd'hui, mais nous vous serions très reconnaissants de nous en faire parvenir une en temps opportun.

M. Juneau: Bien sûr. Je n'y vois aucune difficulté, monsieur le président.

Le président: Je vous remercie beaucoup, monsieur Juneau et messieurs et mesdames les membres du Conseil ainsi que les membres de l'équipe de direction. Nous avons passé une après-midi très très productive.

M. Juneau: Monsieur le président, si vous n'avez pas épuisé toute votre patience et toute votre énergie, peut-être aimeriez-vous entendre les derniers commentaires de ceux de mes collègues qui se sont joints à nous aujourd'hui. Nous avons entendu M^{me} Duguay, mais peut-être M. Fraser, qui est venu de Vancouver, aurait-il... je ne sais pas ce qu'il pourrait dire.

Le président: J'ai une anecdote à vous raconter au sujet de Paul Fraser, parce que, à un moment donné, quand j'ai

[Texte]

in Vancouver and phoned him and asked him if he would like to have it. He took it over. It was not on the CBC board. Mr. Fraser, please proceed.

Mr. Paul Fraser (Member, Board of Directors, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Mr. Chairman. I suppose there might be some who know me who would say I have never been heard to better advantage than I have so far this afternoon.

I would not want there to be a misimpression left from some of the questioning that preceded earlier about your committee's previous recommendations with respect to the division of responsibilities between a president and a chairman. I would not want the implication to remain with the committee that the board had for one reason or another deliberately not dealt with that recommendation. It seems to me that such an implication would be somewhat invidious, particularly in the circumstances.

The reasons the board did not formally deal with your recommendation would have to include the fact that, as you well know, the recommendation has been around in one form or another since I think 1965. Its reincarnation is referred to in the papers, but its last reincarnation before your recommendation was, I think, in the government's policy paper on broadcasting in either 1982-1983 or 1984.

What you are left with, and it is not very helpful, it seems to me, is comments from individual members of the board. I suppose I could ask you to accept that some of my colleagues would agree with me. In the abstract, given the symmetry of the situation, it would appear to make a lot of sense to put the president and chief executive officer in a position where that person could be fired by the board of directors, whereas in the present structure there may be some difficulty with that, given that the chairman of the corporation sits as the chairman of board of directors.

It still impresses some of us at the working level that there has not been a distinguished history of chairpersons of Crown corporations given policy responsibilities co-existing with president and CEOs in this country. Indeed, I would venture to say that the Crown corporation landscape of this country is to some extent littered with failures in that respect. While the notion would recommend itself to anyone in the abstract, in the reality of practice in this country it does not appear to us to have worked. I would not want the committee to think that the board deliberately punted or refused to deal with your recommendation.

[Traduction]

quitté un emploi à Vancouver, je lui ai téléphoné pour lui demander s'il aimerait me remplacer. Il l'a fait. Ce n'était pas un poste au Conseil d'administration de la Société Radio-Canada. Monsieur Fraser, à vous la parole.

M. Paul Fraser (membre du Conseil d'administration de la Société Radio-Canada): Merci, monsieur le président. Je suppose que ceux qui me connaissent pourraient dire qu'on ne m'a jamais si bien entendu que cet après-midi.

Je ne voudrais pas laisser le moindre malentendu à la suite de certaines questions qui ont été posées sur les recommandations de votre Comité sur le partage des responsabilités entre un président et un président du Conseil. Je ne voudrais pas que le Comité ait l'impression que le conseil a décidé, pour une raison ou pour une autre, de ne pas tenir compte de cette recommandation. Il me semble que cela pourrait être une source de discorde, surtout dans les circonstances.

Si le conseil n'a pas répondu en bonne et due forme à cette recommandation, c'est notamment parce que, comme vous le savez fort bien, c'est une recommandation qu'on nous présente sous une forme ou sous une autre depuis 1965, je crois bien. Les journeaux ont parlé de sa dernière manifestation, mais la dernière fois qu'on en a parlé avant votre recommandation, c'était je pense dans le document du gouvernement sur la politique de radiodiffusion, en 1982-1983 ou en 1983-1984.

Ce qui vous reste, et qui ne me semble pas très utile, c'est une série de commentaires des différents membres du conseil. Je suppose que je pourrais vous demander de croire que certains de mes collègues sont d'accord avec moi. En théorie, compte tenu de l'équilibre de la situation, il semblerait tout à fait logique de permettre au conseil d'administration de renvoyer le président directeur général, mais passablement difficile dans le contexte actuel, étant donné que le président de la Société est aussi président du conseil.

Certains d'entre nous s'étonnent que le Canada n'ait pas encore une longue tradition de présidents du conseil éclairés dans des sociétés de la Couronne, des gens, avec d'importantes responsabilités en matière de politique et coexistants avec le président directeur général de la société dont ils dirigent le conseil. J'irais même jusqu'à dire que l'histoire de nos sociétés de la Couronne est à cet égard caractérisé par une longue série d'échecs. Même si, en pratique, la notion semble tout à fait acceptable, dans la pratique, elle ne semble pas avoir fonctionné pour nous, au Canada. Je ne voudrais pas que le Comité pense que le Conseil lui a délibérément renvoyé la balle, ou qu'il a tout simplement refusé de s'occuper de sa recommandation.

• 1735

The Chairman: Thank you, Mr. Fraser, for that clarification. It is, of course, in the hands of the Minister now, and of the government. We made our

Le président: Je vous remercie, monsieur Fraser, pour ces éclaircissements. La question est désormais entre les mains de la ministre et du gouvernement, bien sûr. Nous

[Text]

recommendations; the Minister responded favourably to them and I think recently has indicated that she has some intentions concerning legislation. So it is helpful to have that observation, particularly from a man of your learning and experience.

Were there any others who wanted to offer comments?

Mr. Juneau: Maybe Mr. Cowling.

Mr. Cowling: I do not want to prolong this, and really I do not think I have anything to add to what I said earlier. It is a difficult question. And as I said, I personally am more comfortable with the situation you see in the private sector and I do not see that there is necessarily a great difference between what should apply there and to a Crown corporation.

The point I was trying to make is that because of the kind of relationship we have had, the board members with the present chief executive, we are not actively seeking a change. But another day there may be another board and another chief executive. In my opinion the recommendation for that time is a good one, and therefore I tend to support it.

Le président: Madame Duguay, est-ce que vous avez quelques commentaires à faire à ce sujet?

Mme Duguay: Sur ce point, je pense que toutes les opinions ont été émises, vous me permettrez de ne pas y revenir.

Je voulais simplement ajouter une chose après réflexion. C'est ceci: Radio-Canada doit garder le leadership de l'information, c'est le rôle que la Société doit remplir, car c'est le rôle qu'elle a rempli jusqu'ici. Et je ne crois pas qu'elle doive montrer aux autres médias d'information ce que c'est que répondre aux besoins d'une population et ce à tous les niveaux. Elle doit drainer la qualité dans tous les médias. C'est cela que je voulais ajouter.

Le président: Merci, madame. Encore une fois, merci à tout le monde.

La séance est levée.

[Translation]

avons fait nos recommandations, la ministre y a répondu favorablement et, je pense, elle a récemment laissé entendre qu'elle avait des projets législatifs. Ces observations nous sont donc utiles, particulièrement quand elles viennent d'un homme de votre érudition et de votre expérience.

Quelqu'un d'autre voudrait-il faire un commentaire?

M. Juneau: Peut-être M. Cowling.

M. Cowling: Je ne veux pas prolonger la séance, et je ne pense pas vraiment avoir quoi que ce soit à ajouter. La question est difficile. Mais comme je l'ai déjà dit, je me sens plus à l'aise dans la situation qui existe dans le secteur privé, et je ne vois pas nécessairement une grande différence entre cette situation-là et celle d'une société de la Couronne.

Ce que j'essayais de faire valoir, c'est que les relations que nous avons eues au conseil d'administration avec l'administrateur principal actuel, nous ne recherchons pas de changement. Toutefois, il se peut bien qu'il y ait un jour un autre conseil et un autre administrateur principal. A mon avis, la recommandation pourrait être bonne dans ce cas-là, de sorte que je tendrais à l'appuyer.

The Chairman: Mrs. Duguay, do you have any comments on this subject?

Mrs. Duguay: On that subject, I think every shade of opinion was expressed, so I would prefer to abstain.

I would simply add this, after giving it some thought. CBC must continue as a leader in the field of information. It is a role CBC must play, because it is a role it has played until now. I do not believe it is up to CBC to show other media what is needed to respond to the needs of the public at every level. It must attract the best elements from other media. This is what I wanted to add.

The Chairman: Thank you, Madam. Once again, thanks to everybody.

The Committee is adjourned.

From the Canadian Broadcasting Corporation:

Pierre Juneau, President;
W.T. Armstrong, Executive Vice-President;
Anthony Manera, Senior Vice-President;
Steve Cotsman, Vice-President, Finance;
Franklin Delaney, Vice-President, French Television Network;
Robert Cowling, Member, Board of Directors;
Lorraine Duguay, Member, Board of Directors;
Paul Fraser, Member, Board of Directors.

De la Société Radio-Canada:

Pierre Juneau, président;
W.T. Armstrong, vice-président exécutif;
Anthony Manera, premier vice-président;
Steve Cotsman, vice-président, Finances;
Franklin Delaney, vice-président, Réseau français de télévision;
Robert Cowling, membre, Conseil d'administration;
Lorraine Duguay, membre, Conseil d'administration;
Paul Fraser, membre, Conseil d'administration.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canadian Government Publishing Centre,
Supply and Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Centre d'édition du gouvernement du Canada,
Approvisionnement et Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Broadcasting Corporation Television Network Advisory Committee:

Robert Bonneau, Chairman;
Ken Clark, Member;
Doug Garraway, Member;
Bill Callender, Member.

From the New Brunswick Broadcasting Co. Limited:

Ken Clark, President and General Manager.

From Télé-Métropole Inc.:

Gilles Vinet, Vice-President, Legal and Governmental Affairs.

From Seneca Communications:

Peter Rice, President.

From the Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma:

Pascal Gélinas, President;
Daniel Gourd, Executive Vice-President;
Robert Desrosiers, Executive Director.

TÉMOINS

Du Comité consultatif du réseau de télévision de la Société Radio-Canada:

Robert Bonneau, président;
Ken Clark, membre;
Doug Garraway, membre;
Bill Callender, membre.

De la New Brunswick Broadcasting Co. Limited:

Ken Clark, président-directeur général.

De Télé-Métropole Inc.:

Gilles Vinet, vice-président. Affaires juridiques et gouvernementales.

De Seneca Communications:

Peter Rice, président.

De la Fédération professionnelle des réalisateurs et réalisatrices de télévision et de cinéma:

Pascal Gélinas, président;
Daniel Gourd, vice-président exécutif;
Robert Desrosiers, directeur exécutif.

(Continued on previous page)

(Suite à la page précédente)

Document
Publication

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 64

Tuesday, November 3, 1987
Toronto, Ontario

Chairman: Jim Edwards

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 64

Le mardi 3 novembre 1987
Toronto (Ontario)

Président: Jim Edwards

*Minutes of Proceedings and Evidence of the
Standing Committee on*

Communications and Culture

*Procès-verbaux et témoignages du Comité
permanent des*

Communications et de la culture

RESPECTING:

Consideration of the Report of the Task Force on
Broadcasting Policy

CONCERNANT:

Étude du Rapport du Groupe de travail sur la
politique de la radiodiffusion

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



Second Session of the Thirty-third Parliament,
1986-87

Deuxième session de la trente-troisième législature,
1986-1987

STANDING COMMITTEE ON
COMMUNICATIONS AND CULTURE

Chairman: Jim Edwards

Vice-Chairman: John Gormley

Members

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Thomas Hall

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DES
COMMUNICATIONS ET DE LA CULTURE

Président: Jim Edwards

Vice-président: John Gormley

Membres

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Le greffier du Comité

Thomas Hall

MINUTES OF PROCEEDINGS

TUESDAY, NOVEMBER 3, 1987
(114)

[Text]

The Standing Committee on Communications and Culture met in Toronto, Ontario, at 9:04 o'clock a.m. this day, the Chairman, Jim Edwards, presiding.

Members of the Committee present: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, John Gormley and Sheila Finestone.

Other Member present: Dan Heap.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee; René Lemieux, Consultant to the Committee. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and Mildred Morton, Research Officers.

Witnesses: From the Government of Ontario: The Honourable Lily Munro, Minister of Culture and Communications; David Silcox, Deputy Minister; Brian Gordon, Manager, Cable Policy; and Martha Fletcher, Manager, Broadcasting Policy. *From the Friends of Public Broadcasting:* Walter Pitman and Professor Frank Peers, Members, Steering Committee. *From the Canadian Association for Adult Education:* Ian Morrison, Executive Director; and the Right Reverend Lois Wilson, Member, Board of Directors. *From the Association canadienne-française de l'Ontario:* Nicole Bourget, Public Relations. *From the Children's Broadcast Institute:* Heather McGillivray, Executive Director; Ralph C. Ellis, Chairman, Board of Directors; Frederick B. Rainsberry, Linda Schuyler and W.A. Stewart, Directors. *From the Association of Television Producers and Directors (Toronto):* Arnold Amber, President; Robin Taylor, First Vice-President; and David Barlow, Vice-President.

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (see *Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday, February 10, 1987, Issue No. 19*).

The Minister of Culture and Communications for the Government of Ontario made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

Walter Pitman and Frank Peers from the Friends of Public Broadcasting each made a statement and answered questions.

Ian Morrison and Lois Wilson from the Canadian Association for Adult Education each made a statement and answered questions.

Nicole Bourget from the *Association canadienne-française de l'Ontario* made a statement and answered questions.

Heather McGillivray and Ralph C. Ellis from the Children's Broadcast Institute made statements and, with the other witnesses, answered questions.

PROCÈS-VERBAUX

LE MARDI 3 NOVEMBRE 1987
(114)

[Traduction]

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit, aujourd'hui à 9 h 04, à Toronto, en Ontario, sous la présidence de Jim Edwards, (*président*).

Membres du Comité présents: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, John Gormley et Sheila Finestone.

Autre député présent: Dan Heap.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de la recherche du Comité; René Lemieux, conseiller du Comité. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et Mildred Morton, attachés de recherche.

Témoins: Du gouvernement de l'Ontario: L'honorable Lily Munro, ministre de la Culture et des Communications; David Silcox, sous-ministre; Brian Gordon, responsable, Politique de câblodistribution; Martha Fletcher, responsable, Politique de radiodiffusion. *Des Amis de la radiotélévision publique:* Walter Pitman, membre, comité directeur; professeur Frank Peers, membre, comité directeur. *De l'Association canadienne pour l'éducation des adultes:* Ian Morrison, directeur exécutif; la très révérende Lois Wilson, membre, conseil d'administration. *De l'Association canadienne-française de l'Ontario:* Nicole Bourget, Relations publiques. *De l'Institut de radiotélévision pour enfants:* Heather McGillivray, directeur exécutif; Ralph C. Ellis, président, conseil d'administration; Frederick B. Rainsberry, Linda Schuyler et W.A. Stewart, administrateurs. *De l'Association of Television Producers and Directors (Toronto):* Arnold Amber, président; Robin Taylor, premier vice-président; David Barlow, vice-président.

Le Comité examine de nouveau le rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, document déposé au Comité le jeudi 29 janvier 1987 (*voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Le ministre de la Culture et des Communications du gouvernement de l'Ontario fait une déclaration, puis elle-même et les autres témoins répondent aux questions.

Walter Pitman et Frank Peers, des Amis de la radiotélévision publique, fait une déclaration et répond aux questions.

Ian Morrison et Lois Wilson, de l'Association canadienne pour l'éducation des adultes, font chacune une déclaration et répondent aux questions.

Nicole Bourget, de l'Association canadienne-française de l'Ontario, fait une déclaration et répond aux questions.

Heather McGillivray et Ralph C. Ellis, de l'Institut de radiotélévision pour enfants, font des déclarations, puis eux-mêmes et les autres témoins répondent aux questions.

Arnold Amber from the Association of Television Producers and Directors (Toronto) made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

At 12:47 o'clock p.m., the Committee adjourned until 2:00 o'clock p.m. this day.

AFTERNOON SITTING (115)

The Standing Committee on Communications and Culture met in Toronto, Ontario, at 2:04 o'clock p.m. this day, the Chairman, Jim Edwards, presiding.

Members of the Committee present: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, John Gormley and Sheila Finestone.

Acting Member present: Dan Heap for Simon de Jong.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee; René Lemieux, Consultant to the Committee. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and Mildred Morton, Research Officers.

Witnesses: From the Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists: Garry Neil, General Secretary; Jack Gray, ACTRA Writers; Meg Hogarth, ACTRA Performers Guild; and Doug Coupar, Director of Communications. *From the National Association of Broadcast Employees and Technicians:* Gordon F. Hunter, International President; and Michael Sullivan, Representative. *From the Canadian Union of Public Employees (Broadcast Council):* Robert Paterson, President; and Gordon Johnson, Director, Broadcast Division. *From the Canadian Film and Television Association:* Samuel Jephcott, Executive Director; Richard Nielsen, President, Norflicks Productions; Stephen Ellis, President, Ellis Enterprises; Pat Ferns, President, Primedia Productions; Michael MacMillan, President, Atlantis Films; Ron Little, Chairman, Lauron Pictures; and John Ross, Film Finances. *From the Canadian Captioning Development Agency Inc.:* Sanderson Layng, President. *From the CTV Television Network Ltd.:* Bill McGregor, Chairman, Board of Directors; Murray Chercover, President; and Ray Peters, Chairman, Executive Committee. *From the Radio and Television News Directors Association:* Eric Rothschild, President; and Stuart Robertson, Legal Council.

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (*see Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday, February 10, 1987, Issue No. 19*).

Garry Neil, Jack Gray and Meg Hogarth from ACTRA made statements and, with the other witness, answered questions.

Gordon F. Hunter from NABET made a statement and, with the other witness, answered questions.

Arnold Amber, de l'Association of Television Producers and Directors (Toronto), fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

À 12 h 47, le Comité interrompt les travaux jusqu'à 14 heures aujourd'hui.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI (115)

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit, aujourd'hui à 14 h 04, à Toronto, en Ontario, sous la présidence de Jim Edwards, (*président*).

Membres du Comité présents: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, John Gormley et Sheila Finestone.

Membre suppléant présent: Dan Heap remplace Simon de Jong.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de la recherche du Comité; René Lemieux, conseiller du Comité. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et Mildred Morton, attachés de recherche.

Témoins: De l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists: Garry Neil, secrétaire général; Jack Gray, section Écrivains; Meg Hogarth, section Artistes; Doug Coupar, directeur des Communications. *De l'Association nationale des employés et techniciens en radiodiffusion:* Gordon F. Hunter, président international; Michael Sullivan, représentant. *Du Syndicat canadien de la fonction publique (Conseil Radio-Télévision):* Robert Paterson, président; Gordon Johnson, directeur, Radio-télévision. *De l'Association canadienne de cinéma-télévision:* Samuel Jephcott, directeur général; Richard Nielsen, président, Norflicks Productions; Stephen Ellis, président, Ellis Enterprises; Pat Ferns, président, Primedia Productions; Michael MacMillan, président, Atlantis Films; Ron Little, Lauron Pictures; et John Ross, Financement du cinéma. *De la Canadian Captioning Development Agency Inc.:* Sanderson Layng, président. *De CTV Television Network Ltd.:* Bill McGregor, président, conseil d'administration; Murray Chercover, président; et Ray Peters, président, comité exécutif. *De l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision:* Eric Rothschild, président; et Me Stuart Robertson, conseiller juridique.

Le Comité examine de nouveau le rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, document déféré au Comité le jeudi 29 janvier 1987 (*Voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Garry Neil, Jack Gray et Meg Hogarth, de l'ACTRA, font des déclarations, puis eux-mêmes et l'autre témoin répondent aux questions.

Gordon F. Hunter, de l'ANETR, fait une déclaration, puis lui-même et l'autre témoin répondent aux questions.

Robert Paterson from CUPE (Broadcast Council) made a statement and, with the other witness, answered questions.

Samuel Jephcott from the Canadian Film and Television Association made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

Sanderson Layng from the Canadian Captioning Development Agency Inc. made a statement and answered questions.

Bill McGregor, Murray Chercover and Ray Peters from the CTV Television Network Ltd. made statements and answered questions.

Eric Rothschild from the Radio and Television News Directors Association made a statement and, with the other witness, answered questions.

At 7:05 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Francine Lachapelle
Committee Clerk

Robert Paterson, du SCFP (Conseil Radio-Télévision), fait une déclaration, puis lui-même et l'autre témoin répondent aux questions.

Samuel Jephcott, de l'Association canadienne de cinéma-télévision, fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

Sanderson Layng, de la Canadian Captioning Development Agency Inc., fait une déclaration et répond aux questions.

Bill McGregor, Murray Chercover et Ray Peters, de CTV Television Network Ltd., font des déclarations et répondent aux questions.

Eric Rothschild, de l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision du Canada, fait une déclaration, puis lui-même et l'autre témoin répondent aux questions.

À 19 h 05, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Greffier de Comité
Francine Lachapelle

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

[Texte]

Tuesday, November 3, 1987

• 0903

The Chairman: Colleagues and ladies and gentlemen, I am very happy to open this series of three days of meetings in Toronto, which we have been told by so many witnesses across the country is—for better or for worse—the media capital of our nation, in the English language at least.

We are especially delighted that the first of our 13 witnesses today is the Minister of Culture and Communications for the Province of Ontario, the Hon. Lily Munro. Minister, we have cautioned members to be gentle, because you have in just the last few weeks taken the communications part under your wing, and we congratulate you for that. We think your premier is to be congratulated for his wise choice.

We invite you, Minister, to make your introductory remarks. We have received an excellent brief from you, and we invite you to set the scene for us, introduce your colleagues, and then be prepared for our questioners.

The Hon. Lily Munro (Minister of Culture and Communications, Province of Ontario): Thank you very much, Mr. Chairman. It is indeed an honour and a pleasure for Ontario to be represented and to make representation before the standing committee. I congratulate each of you for your enthusiasm and commitment to one of the most important issues of this decade and the next decade.

• 0905

I would like to introduce the representatives who will be showing me up, since I am a new Minister in this area. They are David Silcox, Deputy Minister of Culture and Communications, Brian Gordon, manager of the communication division's cable office, and Martha Fletcher, manager of the broadcasting office in the communications division.

I am pleased to appear before your committee to outline the views of the government of Ontario on a number of broadcasting issues. I speak to you as the recently appointed Minister of Culture and Communications. This new linkage of culture and

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

[Traduction]

Le mardi 3 novembre 1987

Le président: Chers collègues, mesdames et messieurs, je suis très heureux d'ouvrir la première de ces séances qui vont se dérouler au cours des trois prochains jours à Toronto, ville dont tant de témoins nous ont rappelé lors de nos déplacements dans le pays—et cela pour le meilleur ou pour le pire—qu'elle est la capitale médiatique du Canada, du moins en ce qui concerne l'anglais.

Nous sommes donc tout particulièrement ravis de constater que le premier des treize témoins de la journée va être le ministre de la Culture et des Communications de la province de l'Ontario, à savoir l'honorable Lily Munro. Madame la ministre, nous avons demandé aux membres du Comité de ne pas être trop sévères, puisque ce portefeuille des communications ne vous a été confié qu'il y a quelques semaines, ce pourquoi nous tenons d'ailleurs à vous féliciter. Nous pensons que le premier ministre de la province doit lui aussi être félicité pour ce choix avisé.

Cela dit, nous vous invitons, madame la ministre, à prendre la parole. Vous avez déjà fait parvenir au Comité un mémoire excellent, nous vous invitons donc à prendre les choses en main, à présenter les personnes qui vous accompagnent, et nous pourrions plus tard vous poser des questions.

L'honorable Lily Munro (ministre de la Culture et des Communications, province de l'Ontario): Merci beaucoup, monsieur le président. C'est effectivement pour l'Ontario un honneur et un plaisir d'être ici présent, et de pouvoir prendre la parole devant ce Comité permanent. Je tiens à féliciter chacun d'entre vous pour l'enthousiasme et le dévouement que vous mettez au service d'un des domaines les plus importants de cette décennie, mais également de la décennie à venir.

J'aimerais vous présenter les personnes qui m'accompagnent et qui vont d'ailleurs sans doute avoir la vedette, puisque je viens juste d'être nommée ministre. Il s'agit de David Silcox, sous-ministre de la Culture et des Communications, de Brian Gordon, directeur du Bureau de la câblodistribution à la Direction des communications, et de Martha Fletcher, directeur du Bureau de la radiodiffusion à la Direction des communications.

Je suis très heureuse d'être aujourd'hui ici pour présenter les vues du gouvernement de l'Ontario sur certains points relatifs à la radiodiffusion. Je m'adresse à vous en tant que nouveau ministre de la Culture et des Communications. En créant ce lien entre la culture et les

[Texte]

communications within the government is one that I believe will enhance Ontario's ability to speak with a strong unified voice on communications matters. It also reflects the Government of Ontario's view that the Canadian broadcasting system is a crucial element in the ongoing cultural life of this country.

In March of 1987 the Government of Ontario submitted a very lengthy and comprehensive document to the federal Minister of Communications in response to the task force report. I hope the committee has been able to review this document and to find some helpful comments and recommendations in it. Obviously I cannot hope to cover the many questions addressed in that document today. I would like to use this forum to highlight a few of the issues discussed in Ontario's formal response and also to talk about some matters which were not specifically addressed at that time.

The Government of Ontario is anxious to preserve the momentum generated in support of the creation of new broadcasting legislation. While study and analysis of a broad range of issues and options are important, it is also important for the federal government to move forward without delay in introducing a new broadcasting act.

It is true that technology is changing and that technological change can have wide-ranging implications for the structure of the Canadian broadcasting system and for the programming the system provides. However, there will not be a moment when technological change ceases and we will be able to assess all its ramifications. At some point we in Canada have to take stock of the current environment, make some educated guesses about the future, and take the legislative steps necessary to ensure that further changes guide us to the greatest extent possible by a concern for the public interest.

The major theme of this presentation is the crucial importance of access to the broadcasting system. Many different aspects of this theme will be explored here. Firstly, there is the historic concern with the basic principle of access by all Canadians to Canadian broadcasting services in English and French. This right has been implicit in Canadian broadcasting policy since the 1920s. The right of access is the right to receive Canadian services anywhere in Canada so far as public funds can allow. Historically much of the responsibility for service provision rested on the CBC, although since the 1970s the private broadcasters have also been actively involved in reaching previously unserved or underserved Canadians.

Of course the right of access to Canadian services cannot be an absolute right without consideration of incremental costs or household location. Even so, there are strong social expectations among Canadians throughout the country that all residents should receive

[Traduction]

communications, le gouvernement de l'Ontario s'est donné à mon avis les moyens de s'exprimer avec plus de force et de cohérence sur les questions de communication. Ce faisant, il réaffirme également que le système de radiodiffusion canadien est un élément important de la vie culturelle de notre pays.

En mars 1987, le gouvernement de l'Ontario a présenté au ministre fédéral des Communications un document fort long et exhaustif en réponse au rapport du groupe de travail. J'espère que vous avez pu examiner ce document et que vous y aurez trouvé quelques observations et recommandations utiles. De toute évidence, je ne saurais reprendre ici les nombreuses questions traitées dans ce document. J'aimerais simplement saisir l'occasion qui m'est offerte aujourd'hui pour aborder quelques-uns des points détaillés dans la réponse formelle de l'Ontario et pour parler de quelques éléments qui n'y étaient pas traités de façon précise.

Le gouvernement de l'Ontario tient beaucoup à préserver la dynamique actuelle en faveur d'une nouvelle loi sur la radiodiffusion. Il est entendu qu'une vaste gamme d'options et de questions méritent étude et analyse, mais il est également important que le gouvernement fédéral agisse dans les plus brefs délais pour que soit adoptée une nouvelle loi sur la radiodiffusion.

Il est vrai que la technologie évolue sans cesse et que cette évolution porte en elle le germe de répercussions profondes sur la structure du système de radiodiffusion canadien et sur les émissions qu'il offre. Pourtant, il est illusoire de penser que cette évolution puisse nous accorder un répit pour évaluer toutes ses ramifications. Nous allons devoir, à un moment donné, au Canada, dresser le bilan de la situation actuelle, faire des pronostics éclairés sur l'avenir, et prendre les mesures législatives qui s'imposent pour veiller, dans la mesure du possible, à ce que les changements à venir tiennent compte de l'intérêt public.

J'insisterai aujourd'hui sur l'importance vitale de l'accès au système de radiodiffusion et je vais en aborder différents aspects. D'abord, on a toujours défendu le principe fondamental de l'accès par tous les Canadiens à des services de radiodiffusion canadiens en anglais et en français. La politique canadienne de radiodiffusion s'en inspire depuis les années 20. Le droit d'accès, c'est le droit de recevoir des services canadiens partout au Canada, lorsque les fonds publics le permettent. Traditionnellement, la charge de fournir ces services incombait largement à Radio-Canada, quoique, depuis les années 70, les radiodiffuseurs privés aient eux aussi pris la relève auprès des Canadiens jusque-là peu ou pas desservis.

Bien sûr, l'accès aux services canadiens ne peut pas être garanti dans l'absolu sans tenir compte du coût marginal ou de l'emplacement du foyer à desservir. Pourtant, les Canadiens en général estiment que leurs concitoyens sans exception devraient bientôt pouvoir

[Text]

Canadian programming services as soon as possible and that public funds will be allocated for this purpose when required.

While Ontario supports the rights of Canadians to receive Canadian services, the assumptions that lie behind this principle need to be examined carefully. The Canadian character of broadcasting services originating in Canada has been the subject of much debate and regulation over many years.

The argument Ontario wants to make is that Canadian programming should not be defined solely on the basis of place of production or the nationality of the creative artists involved. Canadian programs also need to be understood in terms of their relevance to Canadian audiences. In our view the relevance of the Canadian programming produced depends a great deal on where one lives in Canada.

The Canadian programming services that will be most effective in responding to different Canadian perspectives are those providing a mixture of local, regional, national, and international programming.

• 0910

Canadians need to see and hear about what is happening in their own communities, as well as being aware of their region and the nation as a whole. What the CRTC used to describe as "the logic of the local licence" is still a very important consideration in broadcast policy making and must remain so. As well, the importance of regionally appropriate programming for people such as those living in northern Ontario is an issue that needs greater attention. All levels of program production must be encouraged, and the broadcasting system has to be managed so as to make such programming possible. That is the challenge facing policy makers today in reforming the broadcasting system in Canada.

The second kind of access to be discussed is based on the widespread social expectation that the special needs of certain Canadians will be responded to when possible. Of course, these needs are infinitely expandable, and it must be accepted that not all such needs can ever be met completely by the Canadian broadcasting system. Indeed, it can be argued that the Canadian system has already been far more accommodating to special groups and communities than has any other broadcasting system in the world.

Some special demands that Ontario endorses have received partial recognition in the broadcasting system. First and foremost, there is the provision of service in the official language to minority-language groups; that is, services for francophones outside Quebec and for anglophones inside Quebec. TVOntario's new French-language service, La Chaîne, is an important contribution to meeting this need.

Secondly, there is at least policy recognition and partial funding support for services intended to meet the needs of

[Translation]

capter des émissions nationales et ils s'attendent à ce qu'au besoin des fonds publics soient consacrés à cette fin.

Bien que l'Ontario soutienne le droit des Canadiens de recevoir des services canadiens, les suppositions qui sont rattachées à ce principe doivent être examinées attentivement. L'essence canadienne des émissions créées au Canada fait depuis bien des années l'objet de maintes discussions et réglementations.

Le point que l'Ontario veut faire valoir, c'est qu'il ne faudrait pas accorder à des émissions l'attribut de «canadiennes» en se basant uniquement sur leur lieu de production ou sur la nationalité des artistes qui les ont créées, mais le réserver à celles qui s'adressent tout particulièrement à un public canadien. À notre avis, les émissions canadiennes sont plus ou moins à propos selon l'endroit où l'on habite.

Pour tenir compte des différents publics auxquels ils s'adressent, les services de radiodiffusion canadiens devront fournir une variété d'émissions locales, régionales, nationales et internationales, qu'il s'agisse d'émissions de variété ou d'information.

Il faut montrer aux Canadiens l'actualité, qu'elle soit locale, régionale ou nationale. Ce que le CRTC a baptisé la «logique de la licence locale» reste une considération primordiale dans l'élaboration des politiques de radiodiffusion et doit le demeurer. Nous devons aussi accorder une plus grande importance à la nature des émissions offertes à un public donné, par exemple celui du nord de l'Ontario. Nous devons encourager la réalisation d'émissions pertinentes à tous les niveaux et le système de radiodiffusion doit être géré de sorte à rendre ces émissions possibles. C'est là le défi que doivent relever aujourd'hui ceux et celles qui ont la charge de réformer le système de radiodiffusion canadien.

Le deuxième type d'accès qui mérite attention concerne les attentes de la société en général, à savoir que les besoins précis de certains Canadiens seront satisfaits dès que possible. Bien sûr, ces besoins peuvent croître à l'infini et il faut se faire une raison, le système de radiodiffusion canadien ne pourra jamais les satisfaire totalement. En fait, on pourrait même dire que le système canadien est déjà beaucoup plus attentif aux besoins particuliers des groupes et collectivités que tout autre système dans le monde.

Le système de radiodiffusion tient compte dans une certaine mesure d'exigences spéciales que l'Ontario appuie. Il s'agit d'abord et avant tout des services en français et en anglais à des minorités linguistiques, à savoir des services aux francophones en dehors du Québec et aux anglophones au Québec; la chaîne française introduite au début de l'année par TVOntario constitue un pas important dans cette direction.

Il s'agit ensuite des services aux autochtones, notamment dans les territoires du Nord et dans les régions

[Texte]

native people, particularly in the northern territories and in the northern regions of the provinces. Ontario is very supportive of the need for the broadcasting system to safeguard and enrich native languages and culture.

Thirdly, there is increasing recognition and funding support for the need to adapt existing television programming services to make them more accessible to the hearing-impaired.

The third type of access I would like to talk about today is the access of Canadians to the means of receiving broadcasting signals. While some Canadians can receive a broad array of clear signals using nothing more than a small antenna, the majority depend on some other form of reception, usually cable television. There is also a minority that does not have access either to off-air signals or to cable television. Ontario has been concerned about the thousands of people in northern Ontario who fit into this latter category and who do not have access to the variety of entertainment and information sources generally available to people in southern Ontario.

Therefore in 1986 Ontario created the Television Extension in Northern Ontario program, known as TENO. Under this program, the Government of Ontario will subsidize on a one-time basis the capital cost of constructing cable systems in small, under-served northern Ontario communities. The cable operator will be required to distribute the signals of all three Ontario-funded services, TVOntario English, TVOntario French, and the Ontario Legislative Assembly service. As well, it is expected that these new cable systems will provide a variety of other Canadian services and some American signals.

I am very pleased to report that the cable industry has responded enthusiastically to this program. To date, 105 applications to build new cable systems have been received, which together have the potential to serve more than 11,000 homes. An additional 15 communities in which cable service is not feasible even with the TENO funding have applied to the program for low-power rebroadcast transmitters. These LPRTs will distribute the three Ontario-funded services and possibly the CBC. TENO, in my view, is a good example of the way in which government and the private sector can work together to improve the access of Canadians to broadcasting services.

I would like to show you the map of TENO and the way in which it reaches out to very small communities in northern Ontario. I think you can then start to appreciate how very effective this program is. I should also mention that this is just the first year of the operation. We are expecting many other small communities to take advantage of the program.

While Ontario is actively supporting the expansion of cable television in this province, we also wish to

[Traduction]

septentrionales des provinces, pour lesquels existent une politique et une aide financière partielle; l'Ontario est très sensible à la nécessité pour le système de radiodiffusion de préserver et d'enrichir les langues et les cultures autochtones.

Enfin, reflétée par une aide financière de plus en plus importante, il y a la prise de conscience grandissante de la nécessité d'adapter les services de radiodiffusion existants et permettre aux malentendants de suivre les émissions.

Le troisième sujet dont j'aimerais parler aujourd'hui concerne l'accès des Canadiens aux signaux de radiodiffusion. Une partie du public peut sans difficulté capter une vaste quantité de signaux sans autre équipement qu'une petite antenne, mais nous sommes pour la plupart tributaires d'un autre type de distribution, à savoir le câble. Certains même, bien qu'ils ne soient qu'une minorité, n'ont accès ni aux signaux en direct, ni à la câblodistribution. La province s'est penchée sur le cas des milliers de personnes du nord de l'Ontario qui se trouvent dans cette situation et qui n'ont pas accès aux émissions d'information et de variétés comme les habitants du sud de la province.

De cette réflexion est issu en 1986 le programme d'extension de la télédiffusion au nord de l'Ontario (TENO), aux termes duquel le gouvernement de l'Ontario accorde une subvention non renouvelable pour couvrir les frais d'immobilisation liés à la construction de systèmes de câblodistribution dans des petites collectivités sous-desservies du nord de la province. Les câblodistributeurs seront tenus de diffuser les signaux des trois services ontariens subventionnés—les chaînes anglaise et française de TVOntario et le service de l'Assemblée législative de l'Ontario. Les nouveaux distributeurs devront aussi diffuser divers autres services canadiens ainsi que certains signaux américains.

J'ai le plaisir de vous dire que les câblodistributeurs ont accueilli ce programme avec enthousiasme. Actuellement, 105 demandes d'établissement de nouveaux systèmes de câblodistribution ont été déposées, pour desservir plus de 11,000 foyers au total. Quinze collectivités supplémentaires, qu'il n'est pas encore possible de desservir, même avec l'aide financière du TENO, ont formulé des demandes pour des réémetteurs à faible puissance, qui diffuseraient les trois services subventionnés par la province, plus éventuellement Radio-Canada. Le TENO est à mon avis un bon exemple de la façon dont le gouvernement et le secteur privé peuvent collaborer pour améliorer l'accès des Canadiens aux services de radiodiffusion.

Voici ici une carte du TENO, qui montre comment de très petites localités du nord de la province sont desservies. Cette carte vous permettra de juger à quel point ce programme est efficace. Je tiens également à ajouter que le programme est dans sa première année d'exécution. Cela pour dire qu'il y aura d'autres petites localités qui viendront s'ajouter à cette liste.

Tout en soutenant activement l'extension de la câblodistribution dans la province, nous cherchons

[Text]

encourage the development of alternative distribution technologies. The key to ensuring that this development occurs in a way that is compatible with the objectives of the Canadian broadcasting system is to ensure that no one technology is given an unfair competitive advantage over another through government policies and regulations, or the lack of government policies and regulations. A wider definition of "broadcasting undertaking" in the Broadcasting Act is one of the essential tools that is needed to promote fair competition. The pressing need for such updated definitions is one of the reasons I hope to see a new Broadcasting Act in the near future.

• 0915

The fourth form of access we need to be concerned about is the access of alternative distribution technologies and their subscribers to Canadian services. Ontario has taken an active interest, both in ensuring that satellite master antenna television systems fulfil their obligations to carry Canadian services and in ensuring that Canadian services are being made available to SMATV operators for distribution under fair contract conditions.

Fifth is the question of fair access for programming and non-programming services to cable television systems. This is an increasingly significant issue, because of the growing number of such services and because of the actual or potential ownership of these services by the cable companies themselves. I hope this complex matter will continue to be given careful consideration by the committee.

Last and by no means least is the importance of access by program producers and creative artists to the broadcasting system. It goes almost without saying that the broadcasting system and its continuing strength is crucial to the development of Canadian cultural industries.

The opportunities for Canadian independent producers to sell their work to the broadcasting networks and stations are still quite limited, although they are improving. Writers, visual artists, performers and many other creative people can reach large audiences through broadcasting. Their opportunity to do so as employees and as independent producers should be encouraged by means of incentive programs and by effective regulation of broadcasting licensees.

In concluding my remarks, I would like to commend this committee for its hard work and dedication to the enormous task you have been asked to fulfil. Your fifth and sixth reports have contributed much to the public debate about the future of the Canadian broadcasting system, and I await your final report with great interest. I can assure you that I am working with you.

Thank you for inviting me here today to discuss Ontario's concerns and viewpoints with you, and we certainly would appreciate and welcome any questions you have.

The Chairman: Minister, you can be sure we have questions. On your remark about a new Broadcasting Act

[Translation]

également à encourager la diffusion de techniques de distribution nouvelles. Pour que cette diffusion soit compatible avec les objectifs de l'ensemble du système, il est indispensable de veiller à ce qu'aucune technique ne soit avantagée par certaines politiques ou certains règlements, ou parce que ceux-ci feraient défaut. Pour garantir la loyauté de la concurrence, il est essentiel que l'entreprise de radiodiffusion soit définie de façon plus large dans la loi. J'espère à cet égard que nous verrons très bientôt adoptée une nouvelle loi sur la radiodiffusion dans laquelle ces notions trouveront une nouvelle définition.

Quatrièmement, et toujours en matière d'accès, nous devons veiller à ce que les nouvelles techniques de distribution puissent offrir à leurs abonnés les émissions canadiennes. L'Ontario a pris des mesures pour que les opérateurs de systèmes à antenne collective s'acquittent de leur obligation de distribuer les émissions canadiennes, mais également pour qu'ils puissent le faire dans des conditions acceptables.

Cinquièmement, il y a la question de l'accès des services programmés et des services hors programmation aux systèmes de câblodistribution. Au fur et à mesure que ces services se multiplient, mais également du fait que les câblodistributeurs eux-mêmes peuvent en avoir la propriété, la question se pose avec une urgence accrue. C'est une question complexe, et j'espère que le Comité saura lui accorder toute l'attention qu'elle mérite.

Enfin, et sans que cela préjuge l'importance de la question, il faut veiller à ce que les producteurs d'émissions et les artistes créateurs aient accès au système de radiodiffusion, système dont dépend l'avenir du secteur culturel canadien.

Bien que la situation se soit améliorée, les producteurs canadiens indépendants ont souvent du mal à vendre leur produit aux chaînes et stations de radio et télédiffusion, dont les artistes, qu'il s'agisse des écrivains, des peintres ou des sculpteurs, ou des artistes du spectacle, ont besoin pour toucher un large auditoire. On devrait donc les soutenir grâce à des programmes d'incitation, et une réglementation efficace du système de délivrance des licences de diffusion.

Pour conclure, j'aimerais féliciter le Comité d'avoir consacré tant de temps et d'énergies à l'énorme tâche qui lui échoit. Vos cinquième et sixième rapports ont largement contribué à l'animation d'un débat public sur l'avenir du système de radiodiffusion au Canada, et j'attends votre rapport final avec impatience. Soyez certains que, dans cette entreprise, je suis à vos côtés.

Merci de m'avoir invitée à venir vous exposer les difficultés et les choix de l'Ontario, nous sommes prêts à répondre aux questions que vous auriez à nous poser.

Le président: Madame la ministre, soyez certaine qu'il y en a. Vous avez exprimé un certain nombre de souhaits

[Texte]

in the near future, that is our fond hope as well. And more than that, I think we are confident it is going to happen. Of course the federal Minister, Miss MacDonald, has said very clearly that there cannot be a new act, there cannot be a new broadcasting policy until this committee reports, so that is why we are so anxious to get on with our work and file our final report. You have made a major contribution to that end today.

Mrs. Finestone: Welcome. Madam Minister. It is delightful to see you in this particular portfolio.

Apropos of my colleague's remarks, in light of the fact that we perhaps missed on time with respect to speciality services and the CRTC's role in establishing where we are going to be, let us hope the Broadcasting Act is not too late, firstly, and secondly that it comes in in one piece instead of piecemeal in the next little while.

I would like to address two particular issues with you. There are many, but our time being limited, if I get back I will ask another question. The first relates to *les francophones hors Québec*, and the second would relate to the hearing-impaired. With respect to the French outside of Quebec... Now, in parentheses, I realize you are a new Minister in the portfolio, so I hope the question will be something you are aware of; if not, then just please indicate it and I will move on to the next question.

If the definition of Canada under the Meech Lake accord is that its fundamental characteristic is its bilingual nature, then I think we have an obligation... certainly if in any area in particular it would be in the broadcast field. That is really the linchpin that will hold us together as Canadians and indicate the fundamental nature of this country. In that light, I was disconcerted, to say the least, that Maclean Hunter, under a CRTC regulation, had been allocated or had been authorized the right not to serve with *La Chaîne Française* in the Thunder Bay area, where we are looking at a French-speaking population in excess of 5,000 people.

• 0920

As the Minister, do you not have any kind of say when it comes to the distribution of French-language services in an area as sensitive as the Thunder Bay area, which is also unhappy about the fact it is getting CBC service from Winnipeg rather than a direct kind of service? I wonder if you have a comment with respect specifically to *La Chaîne Française* and its distribution, in the light of you financing a really important undertaking.

Mrs. Munro: We try to support TVOntario through its board and through the members in identifying where significant areas of francophones exist in the province,

[Traduction]

en ce qui concerne cette nouvelle Loi sur la radiodiffusion, soyez certaine que nos espoirs vont bien également dans ce sens. Mais en même temps nous allons plus loin, puisque nous avons confiance dans notre réussite. Le ministre fédéral, M^{me} MacDonald, a par ailleurs dit très clairement qu'il n'y aurait pas de nouvelle loi ni de nouvelle politique de radiodiffusion tant que le Comité n'aurait pas terminé son rapport, et c'est ce qui explique notre désir de faire diligence et d'en finir. Dans ce sens, vous avez fait aujourd'hui une contribution qui comptera.

Mme Finestone: Soyez la bienvenue, madame la ministre. Je trouve tout à fait merveilleux que vous ayez été nommée à ce portefeuille.

Pour reprendre les remarques de mon collègue, et eu égard au fait que peut-être nous avons été dépassés par le temps en ce qui concerne les services spéciaux et le rôle du CRTC dans cette politique de radiodiffusion, espérons tout de même que la loi ne viendra pas trop tard, et qu'ensuite elle sera présentée, sans tarder, d'un seul tenant.

J'aurais deux questions particulières à vous poser. Il y en aurait bien d'autres, mais nous n'avons pas beaucoup de temps, et s'il y a un deuxième tour je pourrai m'étendre un peu plus. La première de mes questions concerne *The Francophones outside Quebec*, et la deuxième les malentendants. En ce qui concerne les francophones hors Québec... Je comprends très bien que vous venez d'être nommée ministre, et j'espère que la question ne vous prendra pas au dépourvu; s'il en était ainsi, faites-moi signe et je passerai à la question suivante.

D'après l'Accord du lac Meech, le Canada se définit comme une société bilingue, et cela nous donne l'obligation... si cela nous impose certains devoirs, on pense immédiatement au domaine de la radio et télédiffusion. C'est d'ailleurs également ce qui servira de ciment et de lien entre les Canadiens. C'est là que s'exprimera la nature profonde de cette nation. Cela dit, j'ai justement été très surprise, pour dire le moins, de constater que la réglementation du CRTC n'oblige pas Maclean Hunter à diffuser «la chaîne française» dans la région de Thunder Bay, où il y a pourtant une population francophone de plus de 5.000 habitants.

La région de Thunder Bay en ce qui concerne la diffusion des émissions de langue française est tout de même une région importante, on y est par ailleurs très mécontent du fait que les émissions de Radio-Canada parviennent non pas directement mais de Winnipeg. N'auriez-vous, en qualité de ministre, votre mot à dire là-dessus? Étant donné par ailleurs les fonds que vous y consacrez, je suppose que vous avez certainement un avis en ce qui concerne la diffusion de «la chaîne française».

Mme Munro: Notre soutien à TVOntario passe par le conseil d'administration, mais celui-ci est de toute façon souverain, même lorsque nous lui signalons les régions

[Text]

although they act in an arm's length relationship with us. Certainly, my involvement with the Hon. Ben Grandmaitre in bringing the bill through, Bill 8, was to support wherever possible through our agencies the provision of French language services.

In Thunder Bay particularly we have been working with the community and certainly we are knowledgeable about their proposal to distribute packages of news and to become both local and regionally effective.

Mrs. Finestone: If I may, Madam Minister, I think you are talking about twin-stick services up there.

Mrs. Munro: Oh yes, okay.

Mrs. Finestone: I am specifically focusing on the fundamental characteristic that defines Canada, that is its bilingual nature under the Meech Lake accord and therefore the obligation to serve, I think, particularly a pocket as significant as Thunder Bay. What kind of incentive measures can you give to *La Chaîne Française* to assure its distribution and to stop the Maclean Hunter Cable Company from exercising its economic right rather than its in a sense somewhat social obligation to serve a significant French-speaking population?

Mrs. Munro: I would agree with you and I have taken an advocacy role, myself as Minister, in Thunder Bay prior even to this recent incident. So I can just simply assure you that on that particular aspect of the Meech Lake accord we view it as a very sensitive and critical aspect to Ontario and the support nation-wide.

I will refer it to Brian to give you more error-free information, but on an emotional and social basis I can tell you that I am most supportive of where you are coming from.

Mrs. Finestone: Thank you very much.

Mr. Brian Gordon (Manager, Cable Office, Communications Division, Ministry of Culture and Communications): The legislation to which the Minister referred set out designated areas within the province where the provincial government would, as a priority, introduce French-language services within a three-year period.

I unfortunately did not bring the map with us, but we can certainly get you a copy of it and send it to you. Thunder Bay is not a designated area, city, and that has import to the question you are talking about.

When the CRTC issued its proposed cable regulations in 1986 they set out that all provincial services and all CBC services should be carried on the basic service of all cable systems. The cable industry in Ontario approached this government and asked if there could be some accommodation based on the fact that there were both designated areas and non-designated areas. The accommodation we reached with them and which we proposed to the CRTC and which they have thus far

[Translation]

importantes de la francophonie. Lorsque j'ai collaboré avec l'honorable Ben Grandmaitre dans le sens de l'adoption du projet de loi 8, il s'agissait d'offrir le soutien de la province aux services de langue française partout où c'était possible.

Nous avons notamment discuté avec les responsables locaux de Thunder Bay, qui nous ont fait des propositions pour diffuser des émissions d'information, aussi bien au niveau local que régional.

Mme Finestone: Si vous le permettez, madame la ministre, je crois que vous vous embarquez ici sur la question des services jumelés.

Mme Munro: Oui, effectivement.

Mme Finestone: Je voudrais surtout parler ici de cette caractéristique fondamentale de la nation canadienne, à savoir le bilinguisme comme il est défini dans l'Accord du lac Meech, et de notre devoir de desservir une minorité aussi importante que celle de Thunder Bay. Quelles mesures pouvez-vous prendre pour que «la chaîne française» soit effectivement distribuée, et pour que Maclean Hunter Cable Company arrête de se prévaloir de ses droits économiques et prenne un peu plus au sérieux ses obligations sociales, à l'égard de cette population francophone importante?

Mme Munro: Je suis d'accord avec vous, et c'est bien dans ce sens que j'ai oeuvré en qualité de ministre à Thunder Bay, bien avant déjà que les choses n'en arrivent là. Pour le moment je puis simplement vous garantir que cet aspect de l'Accord du lac Meech nous tient très à coeur en Ontario, nous pensons que c'est aussi important pour l'Ontario que pour le reste du pays.

Je vais peut-être passer maintenant la parole à Brian qui est mieux informé, mais je puis vous dire que mes sentiments et mes convictions vont tout à fait dans le sens qui est le vôtre.

Mme Finestone: Merci beaucoup.

M. Brian Gordon (directeur, Bureau de la câblodistribution, Direction des communications du ministère de la Culture et des Communications): La loi dont vient de parler le ministre crée dans la province des zones désignées où le gouvernement, de façon prioritaire, s'est donné pour mission de créer des services en langue française dans un délai de trois ans.

Je n'ai malheureusement pas la carte de ces régions, mais je pourrais vous en faire parvenir un exemplaire. Il se trouve que Thunder Bay n'est pas zone désignée, et c'est un détail qui est important.

Lorsque le CRTC a proposé sa nouvelle réglementation en 1986, celle-ci exigeait que les services provinciaux, et ceux de Radio-Canada, fassent partie de l'abonnement de base de tous les câblodistributeurs. Ceux-ci ont alors contacté le gouvernement ontarien pour négocier certains arrangements, du fait que certaines zones étaient désignées, d'autres pas. L'accord auquel nous sommes parvenus, et qui a été soumis au CRTC et appliqué—et c'est ce qui explique la situation de Thunder Bay—prévoit

[Texte]

implemented—and the Thunder Bay decision is reflective of that—is that in designated areas cable operators will carry *La Chaîne Française* on their basic service, the basic band of their basic service, channels 2 to 13.

In cities or areas where they are not designated under that act, the cable industry is obliged to carry *La Chaîne Française*, but not on the basic band unless they volunteer to do so on that basis. So what in essence happens is that you have systems like Maclean Hunter in Thunder Bay applying to the CRTC for an exemption from the regulations, for not having to carry *La Chaîne* on the basic band. I believe if you were to check into it you would find that Maclean Hunter in Thunder Bay is carrying *La Chaîne française*, but not on that basic band.

• 0925

Mrs. Finestone: Thank you for the clarification. The second question I would like to address to you is in the area of hearing impaired. You mentioned in your presentation, for which I am most appreciative, having done the *Equality For All* report, the concerns of that group who represent anywhere from 2 million people up in Canada, 8% to 10% of our population. They brought to our attention in a very recent meeting with them in Ottawa what I thought was a rather exciting proposal. I would like to test it out on you, Madam Minister.

Number one, they were in a sense dissatisfied with the fact that we called for 50% of closed-caption hearing on all public and private networks as an obligation, because they feel they have rights under the Charter, with which I would concur. In their view the 50% was not high enough, and they brought in a new equation. They said in the light of the very high illiteracy we have in Canada—one-third are new Canadians, many of whom never learned to read and certainly even write English or French—that one of the ways we could improve literacy was through a running text under the visual program. To complete at least meeting up to the 50%, it was therefore recommended that perhaps we might have open captioning, because testing in the United States—and I believe also here at one of the universities in Toronto—indicated it was an excellent way for people who are very sensitive about this illiteracy and their own personal inability. They could learn in the privacy of their home to read as they associate with the picture.

It struck me that perhaps if we could start at least with the news, which every Canadian should really know, and we ran open captioning under the news, we could do two things. We could meet the needs of the hearing impaired and we could help the illiteracy level in this country.

I wonder if you could tell us first of all with respect to Ontario how much of your TVOntario and *La Chaîne française* are covered with closed captioning. Secondly, would you consider at least in that area supporting open captioning for any of the particularly news-oriented or

[Traduction]

que, dans les zones désignées, les câblodistributeurs offriront «la chaîne française» dans leur abonnement de base, la bande de base du service de base, c'est-à-dire les canaux 2 à 13.

Dans les zones qui ne sont pas désignées, les câblodistributeurs doivent offrir «la chaîne française», mais pas sur la bande de base, sauf s'ils le décident d'eux-mêmes. Ce qui se passe donc c'est que Maclean Hunter, pour Thunder Bay, a demandé au CRTC une dérogation lui permettant de ne pas distribuer «la chaîne française» sur la bande de base. Si vous vérifiez vous verrez que Maclean Hunter distribue bien «la chaîne française» à Thunder Bay, mais pas dans l'abonnement de base.

Mme Finestone: Merci pour cette précision. La deuxième question que j'aimerais poser concerne les malentendants. Vous avez parlé dans votre exposé, et je m'en félicite, puisque j'ai moi-même collaboré au rapport «L'égalité ça presse», des préoccupations de ce groupe de 2 millions de Canadiens, soit 8 à 10 p. 100 de notre population. Lors d'une réunion que nous avons eue récemment à Ottawa avec eux, ils nous ont fait une proposition qui m'a paru particulièrement intéressante. J'aimerais savoir, madame la ministre, ce que vous en pensez.

Tout d'abord, invoquant les droits qui leur sont reconnus par la Charte, et là-dessus je suis d'accord avec eux, ils trouvent insuffisant que nous demandions de sous-titrer seulement 50 p. 100 des émissions des réseaux privés ou publics. A leur avis ce pourcentage n'est pas suffisant, et ils ont fait une nouvelle proposition. Etant donné l'analphabétisme qui règne au Canada, pour un tiers il s'agit d'immigrants qui très souvent n'ont jamais appris à lire, ne parlons pas d'écrire, l'anglais ni le français—une des façons de lutter contre ce fléau serait d'accompagner les images d'un texte. Pour compléter ces 50 p. 100 de sous-titrages codés, ils nous ont recommandé de faire sous-titrer, sans codage, les autres émissions, en citant à l'appui certaines études faites aux États-Unis, je crois qu'il y en a eu également de faites dans l'une de nos universités à Toronto—montrant que c'était une excellente façon de venir en aide à ceux qui souffrent d'analphabétisme, et qui pourraient ainsi rattraper leur retard en regardant la télévision chez eux.

Nous pourrions donc faire d'une pierre deux coups, et sous-titrer, sans codage, les émissions d'information, auxquelles tous les Canadiens devraient normalement s'intéresser. Cela aiderait donc les malentendants, et serait en même temps un moyen de lutte contre l'analphabétisme qui sévit.

Pourriez-vous nous dire, en ce qui concerne l'Ontario, quelle proportion des émissions de TVOntario et de «la chaîne française» sont accompagnées de sous-titrage codé? Et deuxièmement, seriez-vous d'accord pour que l'on sous-titre, sans codage, les émissions d'information, ou

[Text]

educationally oriented programs in terms of knowing and understanding Canada?

Mrs. Munro: I think the suggestion is an excellent one. As you know, Ontario announced, I believe before the federal government, a major initiative in literacy to the tune of \$50 million. We have received a number of representations from various people who are very concerned about the literacy. We find that literacy problems do cross a number of barriers, special-needs people. I think you have indicated the hearing impaired would also benefit from that kind of training, not having access to the formal educational system.

I think also in Ontario, TVOntario is much more an educational broadcast system than many of the other provinces—i.e., we do not stray too far into public information but stick to using basic learning tools. Certainly it is a very good suggestion and we can bring it to the attention of officials. TVO, as you know, is now being placed firmly within my ministry and one of our priorities is to review the terms of reference. We have placed, as you aware, in our submission to the task force the high priority not only on needs of the hearing impaired but other special-needs group, so I do think it is a good recommendation.

Mrs. Finestone: The illiterates would fall into that category.

Mrs. Munro: The news is certainly, I agree with you, one aspect we should really have. It is a rights issue we should be privy to and it does seem to be discriminatory. I will turn the question over to... Who wants to take it?

The Chairman: Mr. Silcox, if you could elaborate briefly please.

• 0930

Mr. David Silcox (Deputy Minister, Ministry of Culture and Communications): Yes. I just want to say that TVO's level of support for the hearing impaired is relatively low at the moment, but there has been a remarkable increase in support for TVO generally during the last while. Part of this is to increase its provision of service for the hearing impaired. I think you will see a large improvement in it over the next year or two. This is all I want to say.

Mr. Caldwell: Madam Minister, welcome. It is good to see you once again, and congratulations on your new appointment. We will try to get you out of here in time to hear the Speech from the Throne. We hope it contains lots of ideas on the cultural and communications field.

Madam Minister, the first question I would like to ask you is regarding TVO and the concept or the idea that possibly TVO could join up with some of the other

[Translation]

certaines émissions éducatives, qui ont pour but de mieux faire connaître le Canada?

Mme Munro: Je pense que c'est une idée excellente. Comme vous le savez, l'Ontario a annoncé, avant le gouvernement fédéral lui-même, si je ne me trompe, une campagne de lutte contre l'analphabétisme de 50 millions de dollars. Nous avons été contactés par divers groupes que ce problème de l'analphabétisme concerne. Nous avons constaté que ce phénomène touchait divers secteurs de la population, et notamment le groupe de ceux qui ont des besoins spéciaux. Vous avez parlé des malentendants, ceux-ci profiteraient de ce genre de mesures, puisqu'ils n'ont pas accès aux formes traditionnelles d'enseignement.

Pour ce qui est de l'Ontario, TVOntario est certainement très orienté vers l'enseignement et les émissions éducatives, plus que ce que l'on peut trouver dans d'autres provinces; c'est-à-dire que nous ne nous aventurons pas trop loin dans l'information publique, et cherchons à utiliser des matériels pédagogiques de base. L'idée est donc excellente, et nous pourrions en discuter avec les hauts fonctionnaires. TVO, comme vous le savez, dépend étroitement de mon ministère, et l'une de nos priorités est d'en réviser le mandat. Dans notre mémoire au groupe de travail, nous avons, comme vous le savez, indiqué en priorité notre désir de nous occuper des malentendants mais également des autres groupes qui ont des besoins spéciaux, si bien que cette recommandation me paraît tout à fait judicieuse.

Mme Finestone: Effectivement les analphabètes rentreraient dans votre catégorie.

Mme Munro: En tous les cas cela concernerait très certainement les émissions d'information. Il y a là une question de droits fondamentaux dont nous devrions être conscients, et il semble bien qu'il y ait discrimination. Je vais passer la question à... Qui veut répondre?

Le président: Monsieur Silcox, si vous voulez rapidement répondre.

M. David Silcox (sous-ministre, ministère de la Culture et des Communications): Oui. Je veux simplement dire que TVO fait relativement peu en ce moment pour les malentendants, mais que les crédits versés à TVO en général ont connu récemment une augmentation remarquable. Une partie de ce relèvement est destinée à améliorer le service aux malentendants. Je pense que vous constaterez des progrès considérables d'ici deux ans. C'est tout ce que je puis dire à ce sujet.

M. Caldwell: Soyez la bienvenue, madame la ministre. C'est un plaisir que de vous revoir et je veux vous féliciter de votre entrée au gouvernement. Nous tâcherons de vous libérer en temps voulu pour entendre le discours du trône. J'espère qu'il contiendra beaucoup de choses dans le domaine de la culture et des communications.

Madame la ministre, la première question que je voudrais vous poser intéresse TVO et l'idée d'une coopération éventuelle entre les diverses chaînes de

[Texte]

provincial broadcasting outfits to form a sort of TV Canada. How do you view this idea?

Mrs. Munro: We have been certainly carrying on discussions through our working groups with the provinces, specifically the province of Quebec, on the concept of more co-operative arrangements. Even within the province itself we have a good deal to go in terms of co-operation, and TVOntario is certainly very aware of its local, regional and international responsibilities. In addition, because of the marketing aspect of TVO, I think it is probably in an ideal position. However, I am not well enough versed to indicate what my official reaction is, so I will turn to the deputy.

Mr. Caldwell: I will take it at that, because I have other questions. I would like to also talk about your subsidization of cable companies in northern Ontario. How much are you subsidizing per cable company—50%, 20%?

Mr. Gordon: The subsidy is on a per-household basis. The program in essence says that any interested entrepreneur or community group has to put up the first \$275 per household to be served by the system. The province will then top up to a level of an additional \$550 per household or to a maximum of \$55,000 in any one community, whichever is less. If we do get applications for more than one community from a cable operator or from another entrepreneur, then we can do averaging. This is in essence how the funding mechanism works.

Mr. Caldwell: Is part of the agreement that they carry the three Ontario provincial networks, namely *La Chaîne*, TVO, and the legislative channel?

Mr. Gordon: Yes.

Mr. Caldwell: And nothing else?

Mr. Gordon: No, that is wrong. They are then free to carry anything that complies with the CRTC regulations. I should add that most of these systems are what the CRTC calls Part III systems. Under the regulations the three provincially funded services would not be required to be carried. In essence these cable operators or these applicants are going to have to go forward to apply for a condition of licence to carry these three provincially funded services. They will then be free to carry any of the other services the regulations allow.

Mr. Caldwell: I guess the concern, sir, from some of us on this committee is the proliferation of American programming to all areas of Canada; that is, that they are going to get it, whether they need it or not. I think as much as the Ontario legislative channel, TVO and *La Chaîne* may carry very popular shows, I think we know that people end up watching American television programming if it is made available to them. Are you

[Traduction]

télévision provinciales pour former une sorte de Télé-Canada. Que pensez-vous de cette idée?

Mme Munro: Nous avons des discussions avec les autres provinces, par l'intermédiaire de nos groupes de travail, et particulièrement la province de Québec, dans la perspective d'une coopération plus étroite. Nous faisons déjà beaucoup en termes de coopération à notre niveau propre et TVOntario a certainement conscience de ses responsabilités locales, régionales et internationales. En outre, étant donné l'aspect commercialisation de TVO, je pense qu'elle serait idéalement placée. Néanmoins, je ne suis pas encore suffisamment au courant pour donner une réaction officielle et je vais donc céder la parole à mon sous-ministre.

M. Caldwell: Je préfère m'en tenir là car j'ai d'autres questions. Je voudrais parler également des subventions que vous versez aux câblodistributeurs du nord de la province. À raison de combien les subventionnez-vous: 50 p. 100, 20 p. 100?

M. Gordon: La subvention est calculée selon le nombre des foyers. En gros, tout entrepreneur intéressé ou groupement communautaire doit apporter une première tranche de 275\$ par ménage devant être desservi par le réseau. La province complète alors jusqu'à concurrence de 550\$ par ménage ou un maximum de 55,000\$ par collectivité. Si nous recevons des demandes d'un câblodistributeur intéressant plusieurs collectivités ou provenant de plusieurs entrepreneurs, nous pouvons établir une moyenne. Voilà en gros comment marche ce financement.

M. Caldwell: La condition est-elle que le câblodistributeur transmette les trois réseaux provinciaux, à savoir «la chaîne française», TVO et le canal parlementaire?

M. Gordon: Oui.

M. Caldwell: Et rien d'autre?

M. Gordon: Non, c'est faux. À part cela, le câblodistributeur peut transmette tout ce qu'il veut, pourvu qu'il respecte les règles du CRTC. La plupart de ces systèmes sont d'ailleurs ce que le CRTC appelle des systèmes relevant de la Partie III. Autrement dit, le Conseil n'exige pas que les trois services financés par la province soient transmis. Dans la pratique, ces câblodistributeurs ou ces requérants doivent demander une condition de licence pour transmette ces trois signaux publics provinciaux. Ensuite de quoi ils sont libres de transmette tous les autres services autorisés par le règlement.

M. Caldwell: Notre grand souci, dans ce Comité, est la prolifération des signaux américains dans toutes les régions du Canada; ces signaux vont être captés, que l'on en ait besoin ou non. Aussi populaires que soient les émissions transmises par le canal parlementaire ontarien, TVO et «la chaîne française», nous savons que les gens finissent par regarder des émissions américaines s'ils peuvent les capter. Est-ce que vous ne facilitez pas la

[Text]

helping and abetting in the proliferation of American programming to northern Ontario?

Mrs. Munro: No, we are not. We are very concerned about the receipt of American signals, especially in the border cities but not necessarily confined. We would support, if possible, linking those kinds of services with regulations and a tiering of some kind. Certainly we are concerned with our own cultural sovereignty and our identity.

Mr. Caldwell: We all are. I guess what is concerning me is the subsidy issue. I would hate to see such subsidizing leading to a proliferation of American programming in northern Ontario. We will leave it at that.

• 0935

My final question, Madam Munro, is there were some questions asked when we were in northern Ontario whether or not the Ontario legislature network would release some of its time to local community broadcasting. How would you look at that idea; that is, when you are not on the air? When the legislature is in session I do not expect it, or you are covering committee work, but just when it is with the slide-up.

Mrs. Munro: I think you have identified the problem, but not necessarily the block. That particular channel is used at certain times, but we are more than willing to negotiate on the use of it at times that are appropriate, and I think those discussions are under way right now.

The Chairman: Joining us here in Toronto is Mr. Dan Heap, member for Spadina. We are delighted to have him join our committee for this meeting. Mr. Heap.

Mr. Heap: Welcome, Madam Minister, and congratulations on your new challenge.

You referred in your remarks to the services intended to meet the needs of native people, particularly in the northern territories, to which you give policy recognition and partial funding. Can you tell us a little bit more about the services? For example, roughly how many people need to be served and where, what the services are now or planned, and particularly in what languages?

Mrs. Munro: We believe the provision of broadcasting information—educational or informational—is one of the rights of our native and aboriginal peoples, and as such have embarked on, we believe, an imaginative program which is embraced by the native people, not only from the point of view of sharing their own culture and language but because it creates much-needed jobs and expertise and, as Mrs. Finestone has indicated, an appreciation and an awareness of becoming literate.

We have done extensive work in Wawatay, and many of the bands in the north have certainly indicated an interest in taking advantage of the TENO program; and

[Translation]

prolifération des émissions américaines dans le nord de l'Ontario?

Mme Munro: Non. Nous nous inquiétons beaucoup de la réception des signaux américains, particulièrement dans les villes-frontières, mais le problème ne se limite pas nécessairement à celles-ci. Nous serions en faveur d'une réglementation de ces services selon un système d'étagement quelconque. En tout cas, nous tenons beaucoup à notre souveraineté et à notre identité culturelle.

M. Caldwell: Comme nous tous. C'est peut-être la question des subventions qui me gêne un peu. Je n'aime guère voir que des subventions puissent faciliter la prolifération des signaux américains dans le nord de l'Ontario. Je n'en dirai pas plus là-dessus.

Ma dernière question, madame Munro, est la suivante: lorsque nous étions dans le nord de l'Ontario, on nous a demandé si le canal parlementaire ontarien céderait du temps d'antenne au profit de la radiodiffusion communautaire locale. Que pensez-vous de cette idée? Céderiez-vous l'antenne lorsque ce canal ne diffuse rien? Je n'y compte pas lorsque l'Assemblée législative siège ou que vous diffusez des travaux de comité, mais lorsque le panneau d'identification est la seule image transmise.

Mme Munro: Je pense que vous avez bien cerné le problème, mais pas nécessairement l'obstacle. Ce canal est employé à certains moments, mais nous sommes tout à fait disposés à négocier son utilisation en d'autres temps et je crois d'ailleurs que des pourparlers sont déjà en cours.

Le président: M. Dan Heap, député de Spadina, se joint à notre Comité ici à Toronto. Nous sommes ravis de l'avoir parmi nous. Monsieur Heap.

M. Heap: Je veux vous souhaiter la bienvenue, madame la ministre, et vous féliciter de vos nouvelles fonctions.

Vous avez parlé dans vos remarques liminaires des services que vous avez l'intention d'offrir aux autochtones, particulièrement dans le Nord. Pourriez-vous nous en dire un peu plus? Par exemple, quel est le chiffre de la population concernée et où se trouve-t-elle, quels sont les services prévus et en quelles langues?

Mme Munro: Nous pensons que l'information radiodiffusée—qu'elle soit éducative ou un service d'information classique—est l'un des droits des autochtones et c'est pourquoi nous avons mis sur pied un programme innovateur que les autochtones saluent, non seulement parce qu'il leur permettra de partager leur culture et leur langue, mais également parce qu'il créera des emplois et suscitera des compétences dont le besoin se fait grandement sentir et, ainsi que l'a dit M^{me} Finestone, facilitera leur développement culturel.

Nous avons fait un gros travail à Wawatay, et un grand nombre des bandes du Nord se montrent intéressées par le programme TENO; en outre, par l'intermédiaire de nos

[Texte]

also, through our particular ministries, we have also tried to support their needs for technical information as well as professional information. What we would do through this ministry is provide the kind of professional information that is needed on programming.

Mr. Heap: You spoke about one of the objects being to provide some local employment, and I am wondering if you can tell us a little bit more about what the achievements or prospects are for native persons there to move up into the higher levels of the work? What sorts of functions are they performing or will they perform in that service?

Mrs. Munro: It is incredible what native broadcasters and technicians perform, given the lack of equipment in the past and given their isolation. They can do more in those little shacks to spread what northern culture is all about and to trade information on the various settlements or trap lines. In addition, they are interested in getting to know Canada better and take a strong interest in regional and national news. They are also embarking on two-way communication, as well as broadcasting. I am sure you have been to some of these northern communities, but visit Wawatay; it is marvellous.

Mr. Heap: Can you comment on the languages? I do not know how many languages are common among the native people there, but do you use the native languages in the broadcasts?

Mrs. Munro: Cree-Ojibway would be one of the major languages. But it would really be up to the local community to determine which language. In addition, as you know, many of the things they talk about are a very good indication of their desire to preserve culture. So they would have elders on hand. Of course the preservation of languages is such a difficult issue. I am not so sure that anyone knows how to record. Nonetheless, the language is a very prime feature of their program.

• 0940

Mr. Heap: Speaking of local responsibility, I understand that in Thunder Bay there is a proposal to up-link the television service with signals by satellites so as to serve the northwestern Ontario region more effectively. In particular, there is a proposal to put small news-gathering units into small communities around Thunder Bay and a request for Ontario government assistance with satellite costs. Can you comment on the proposal and the possible response to it?

Mrs. Munro: I tend to go on cues myself. I am sure most people in broadcasting do too. When I heard Thunder Bay, I was off onto this question.

We have received the proposal and certainly have a lot of empathy with the creative approach they have taken to both local and regional news. We believe there always has

[Traduction]

propres ministères, nous avons cherché à combler leurs besoins en matière d'information technique et professionnelle. Notre ministère leur fournit l'assistance professionnelle dont ils ont besoin en matière de programmation.

M. Heap: Un de vos objectifs est de créer des emplois locaux et j'aimerais que vous nous parliez un peu des perspectives que possèdent les autochtones de parvenir à des échelons supérieurs? Quelles fonctions remplissent-ils ou vont-ils remplir au sein de ce service?

Mme Munro: C'est incroyable de voir ce que les techniciens et les radiodiffuseurs autochtones parviennent à faire, étant donné leur manque de matériel et leur isolement. Ils parviennent à faire plus dans ces petites barraques que nous avec nos beaux studios pour diffuser la culture du Nord et l'information sur ce qui se passe dans toutes ces petites localités. En outre, ils veulent mieux connaître le Canada et s'intéressent de très près aux nouvelles régionales et nationales. Ils commencent également à se lancer dans la communication à double sens, en sus de la radiodiffusion. Je suis sûre que vous avez visité certaines de ces localités du Nord, mais allez voir à Wawatay, c'est merveilleux ce que l'on y fait.

M. Heap: Pouvez-vous nous parler de l'aspect linguistique? Je ne sais pas combien de langues sont d'usage courant chez ces autochtones, mais diffuse-t-on en langues ancestrales?

Mme Munro: L'une des langues principales est le cri-ojibway. Mais en fait c'est à chaque communauté de déterminer en quelle langue elle veut diffuser. En outre, ainsi que vous le savez, ils se montrent très intéressés à préserver leur culture. Ils font donc appel à des anciens. Évidemment, la préservation de la langue est une chose difficile. Je ne suis pas sûre que quelqu'un sache même comment enregistrer. Néanmoins, la langue est une composante essentielle du programme.

M. Heap: Parlant de responsabilités locales, je crois savoir qu'à Thunder Bay, on envisage de réaliser une liaison montante par satellite de manière à couvrir plus efficacement tout le nord-ouest de l'Ontario avec les signaux de télévision. Je crois savoir en particulier que l'on envisage de constituer des petites unités de collecte d'informations dans les localités autour de Thunder Bay et qu'une demande de subvention sera adressée au gouvernement ontarien pour couvrir les droits d'utilisation du satellite. Pourriez-vous nous parler de ce projet et nous dire quelle réponse vous songez donner?

Mme Munro: J'ai tendance à réagir à demi-mots et dès que j'ai entendu Thunder Bay, j'ai su de quoi vous me parleriez.

Nous avons reçu cette proposition et nous voyons certainement d'un très bon oeil cette approche créatrice sur le plan de l'information locale et régionale. Il est

[Text]

been a problem in how to resolve the question of the mixing of different facets of the news and would welcome co-operative, supportive endeavours which combine most of the various alternative means of distribution, whether cable or whatever.

We have also had several innovative suggestions coming forward from Kenora, who have asked to mix their programs with the CBC and possibly to develop a consortium with Sudbury and Sault Ste. Marie. At this time I can only say that we are working and are receiving their suggestions with a good deal of interest.

Mr. Heap: A year or two ago I happened to be talking with a senior faculty member at the University of Toronto who is Chinese and who was sent as a consultant to China on the matter of educational satellite broadcasts, apparently a massive university program there. We have the miles China has, but not the numbers of people, of course. Is educational broadcasting by satellite being used in northern Ontario?

Mrs. Munro: Yes, it is.

Mr. Gordon: TVOntario feeds all of its transmitters, both its regular transmitters and its low-power repeater stations, by satellite. There are around 200 low-power repeaters presently in the field in northern Ontario under a previous Government of Ontario program.

Mrs. Munro: I know you mentioned China in a different context, but Ontario, as well as being bilingual, is multicultural. One of the strengths, when we look at local programming, is the control of local communities to be able to respond to multicultural needs.

Mr. Gormley: Mrs. Munro, thank you for being here today, and welcome to the committee. As I was indicating to you earlier, it is nice to see the evolution of communications into the cultural portfolio as opposed to highways. It seems to fit a little more nicely this way.

I have two questions, one along the line of Cancom and the Ontario government's position on Cancom and the second to do with private radio.

There is an interesting evolution as one travels the country on the committee. I am from rural Saskatchewan and I find that I have something in common with the Newfoundlander and the northern Ontarian and the person in the interior of B.C. We all see the Melfar Ford commercials on Detroit at 10-mile and Jefferson. So we are united as Canadians by some of the funnier American commercials. In many areas the nature of the signals carried on Cancom—four U.S., three Canadian English, one Canadian French—comes up.

I note that in your proposal you support the task force's statement that a policy hearing should be called to

[Translation]

toujours difficile de résoudre cette difficulté de l'articulation entre les différents niveaux de l'information et nous sommes en faveur de toute entreprise coopérative qui combinerait les divers moyens de distribution, câble ou satellite ou peu importe.

Nous avons également divers projets intéressants qui nous viennent de Kenora où l'on nous propose d'intercaler les émissions locales dans celles de Radio-Canada, et peut-être même de constituer un consortium avec Sudbury et Sault Sainte-Marie. Je ne puis que vous dire pour le moment que nous travaillons là-dessus et examinons tous ces projets avec beaucoup d'intérêt.

M. Heap: Il y a un an ou deux, je me suis trouvé avoir un entretien avec un professeur de l'Université de Toronto qui est Chinois et qui avait été envoyé en Chine comme expert-conseils en matière de radiodiffusion éducative par satellite, laquelle constitue un programme universitaire massif dans ce pays. Nous connaissons les mêmes circonstances géographiques que la Chine mais non démographiques. Est-ce que l'on utilise dans le nord de l'Ontario la radiodiffusion éducative par satellite?

Mme Munro: Oui.

M. Gordon: TVOntario alimente tous ces transmetteurs, tant réguliers que les ré-émetteurs à faible puissance, par satellite. On compte près de 200 ré-émetteurs à faible puissance dans le nord de l'Ontario, qui ont été mis en place dans le cadre d'un programme provincial antérieur.

Mme Munro: Je sais que vous avez parlé de la Chine dans un contexte différent, mais l'Ontario, en sus d'être bilingue, est également multiculturelle. L'une de nos forces, si l'on regarde la programmation locale, est le contrôle que les collectivités locales peuvent exercer pour satisfaire les besoins multiculturels.

M. Gormley: Madame Munro, merci d'être venue aujourd'hui et soyez la bienvenue à notre Comité. Ainsi que je l'ai dit plus tôt, il est bon de voir le ministère des Communications se développer du côté de la culture plutôt que de celui du réseau routier.

J'aurais deux questions, l'une intéressant la position du gouvernement ontarien à l'égard de Cancom et la deuxième, la radio privée.

Lorsqu'on sillonne le pays avec le Comité, on constate une évolution intéressante. Je viens d'une région rurale de Saskatchewan et je m'aperçois que j'ai quelque chose en commun avec les gens de Terre-Neuve, ceux du nord de l'Ontario ou de l'intérieur de la Colombie-Britannique. Nous voyons tous les mêmes publicités pour Melfar Ford transmises par les signaux de Détroit. Nous sommes donc unis, comme Canadiens, par certaines des publicités américaines les plus drôles. Dans maintes régions, la nature des signaux transmis par Cancom—quatre signaux américains, trois canadiens-anglais, un canadien-français—fait l'objet de controverse.

J'ai relevé dans votre intervention que vous êtes en faveur d'une audience, comme le demande le groupe de

[Texte]

determine the consequences of Cancom expanding into extra cable and replacement markets, but I would like to open the general question of Cancom and the Ontario government's position. First of all, what is the government's position on the nature of the programs on Cancom? Do you agree with the menu of programs it has carried and the price variations between the small and large communities?

• 0945

Mr. Gordon: Because of its longstanding interest in extending services, the Government of Ontario, after participating in the CRTC's hearings that led to Cancom, welcomed improvements in the availability of broadcasting services in northern and remote communities, which up until then were lucky to get two or three signals. If they had a cable system hooked up to microwave, they were paying very high delivery rates. So the introduction of Cancom or the licensing by the commission of extensions of services was welcomed by this government.

These communities are not concerned about rules and regulations. They want what the south has, and that is their bottom line. TENO is bringing some American services to these communities. But one of the realities we have to accept is that the people want these services. I do not think we should be putting up an electronic curtain to protect them. So I do not think there is any official position by this government on the nature of the programming carried by Cancom.

With regard to pricing variations, we have made a representation on that matter to the CRTC. We are concerned about it. It is also our understanding that Cancom is working towards alleviating that problem. We would welcome any move to make the rates in the smaller communities, the core market communities, lower than they are right now.

Mr. Gormley: Have you an opinion on Cancom's entry into already developed markets?

Mr. Gordon: No.

Mr. Gormley: You indicate that the Ontario government supports the elimination of formatting and spoken-word requirements on FM radio stations. Now that is something that we have heard as a committee in many parts of the country. But I think it is a concern that emerges particularly among those of us with radio broadcast backgrounds. Have you any concern that the lessening of spoken-word requirements might lead to a reduction in local news content?

Mrs. Martha Fletcher (Manager, Broadcasting Office, Communications Division, Ministry of Culture and Communications): I have a feeling that local news is a very popular service on radio. I do not see why one would be concerned that broadcasters, given their head, would cut back on this service.

[Traduction]

travail, en vue de déterminer les conséquences de l'arrivée de Cancom sur le marché extra-câble et de remplacement, et je voudrais connaître la position officielle du gouvernement de l'Ontario sur Cancom. Premièrement, que pensez-vous de la nature des programmes de Cancom? Êtes-vous d'accord avec l'éventail des signaux transmis et les écarts de prix entre petites et grandes agglomérations?

M. Gordon: Étant donné qu'il cherche depuis longtemps un accroissement des services, le gouvernement de l'Ontario, après avoir participé aux audiences du CRTC préalables à la création de Cancom, a salué toutes les améliorations des services de radiodiffusion dans le Nord et les localités isolées qui, jusqu'à présent, avaient bien de la chance si elles recevaient deux ou trois signaux. Si elles étaient équipées du câble branché sur des récepteurs à micro-ondes, elles payaient des frais d'abonnement très élevés. L'apparition de Cancom et les prolongements de services accordés par le CRTC est une chose que notre gouvernement a saluée.

Ces localités ne veulent pas être restreintes par des règlements. Elles veulent la même chose que le Sud, un point c'est tout. Le système TENO apporte certains signaux américains à ces collectivités, mais il faut bien admettre la réalité que ces signaux, les gens les veulent. Je ne pense pas qu'il faille dresser un rideau électronique pour les en isoler. Mon gouvernement n'a donc pas de position officielle sur la nature des signaux transmis par Cancom.

En ce qui concerne les écarts de prix, nous sommes intervenus à ce sujet auprès du CRTC. C'est un point qui nous préoccupe. Nous croyons savoir également que Cancom cherche lui-même à y remédier. Nous sommes en faveur de toute mesure qui réduirait les tarifs d'abonnement payables dans les petites localités.

M. Gormley: Avez-vous une opinion sur l'entrée de Cancom dans les marchés déjà développés?

M. Gordon: Non.

M. Gormley: Vous avez dit que le gouvernement ontarien est en faveur de la suppression des contraintes de format et de création orale pour les stations de radio MF. On nous a dit la même chose dans maintes régions du pays, mais je crois que c'est un point qui préoccupe surtout ceux qui ont une expérience professionnelle de la radio. Ne craignez-vous pas que l'assouplissement des contraintes de création orale n'entraîne une diminution du contenu local des émissions d'information?

Mme Martha Fletcher (directeur, Bureau de la radiodiffusion, Division des communications, ministère de la Culture et des Communications): J'ai l'impression que les nouvelles locales sont très populaires à la radio. Je ne vois pas pourquoi il faudrait craindre que les radiodiffuseurs, si on leur laisse la liberté d'action, amputeraient ce service.

[Text]

Mr. Gormley: So you are saying that if spoken-word requirements are eased, even significantly, local broadcasters will still carry local news content.

Mrs. Fletcher: I would think so. I would think that other aspects of spoken word would be far quicker to go under this kind of thing.

Mr. Gormley: Are you therefore suggesting a complete elimination of spoken word on FM?

Mrs. Fletcher: I do not think we have ever gone that far. We have suggested that the regulations as posed are quite rigid. I would not say they can be done away with, but they should be eased.

Mrs. Munro: The local programming on radio seems to be a natural. National news seems to be no problem. The problem we have is communicating regional concerns, or having the local communities pick up on what is important and meaningful to them, especially in the north. I wonder if you have received any suggestions on how we might respond to that dilemma.

• 0950

Mr. Gormley: It is a dilemma, and I think it is something that can be addressed in terms of spoken-word requirement. There must be a certain amount of it. But I think the committee would find broad agreement with your statement that the present system is rather rigid. I know in the FM radio market, for example, there has been a lot of concern about it. I appreciate your answer.

Mr. Silcox: CJRT, which is the Ontario government-supported radio station, in an effort to try to provide some regional flavour to the radio system in Ontario, at least, is now distributed by cable throughout Ontario, and we have been talking about the possibility of extending that kind of service throughout Ontario.

Mr. Gormley: On cable.

Mr. Silcox: Maybe we will step outside cable and go off-air too. That is a possibility.

I should say, just to back up to another question, TVOntario reaches 96% of the English-speaking population in Ontario. That is to answer Mr. Heap's question about that—

The Chairman: And *La Chaîne française* reaches what percentage of the francophone population?

Mr. Silcox: It is 87% at the moment, and we will have it up to 95% very shortly—within the next year and a half, I think.

M. Blackburn (Jonquière): Madame la ministre, tout d'abord, je tiens à vous souhaiter bonne chance dans vos nouvelles fonctions et vous remercier d'être venue nous rencontrer pour nous donner votre point de vue sur la politique de la radiodiffusion canadienne.

Essayons de faire un parallèle entre le service offert aux francophones de l'Ontario et le service offert aux

[Translation]

M. Gormley: Vous pensez donc que même si l'on allège considérablement les contraintes de création orale, les radios locales continueront à diffuser autant de nouvelles locales.

Mme Fletcher: Je pense. Je pense que d'autres aspects de la création orale disparaîtraient bien avant celui-ci.

M. Gormley: Seriez-vous donc en faveur de la suppression pure et simple des contraintes de création orale à la radio MF?

Mme Fletcher: Nous n'allons pas jusque là. Nous avons simplement dit que la réglementation actuelle est trop rigide. Je ne dirais pas qu'il faille la supprimer entièrement, simplement l'assouplir.

Mme Munro: La programmation locale à la radio paraît vraiment aller de soi. Des nouvelles nationales ne posent pas de problème non plus. C'est plutôt au niveau régional qu'il semble exister un problème, permettre aux localités individuelles de choisir ce qui compte pour elles, particulièrement dans le Nord. Avez-vous entendu des suggestions sur la manière de résoudre ce dilemme?

M. Gormley: C'est bien un dilemme et je pense que l'on pourrait le résoudre par le biais des critères de création orale. Il en faut une certaine quantité, mais je pense que les membres du Comité conviennent avec vous que le système actuel est trop rigide. Je sais que les radios MF s'en plaignent beaucoup. Je vous remercie de votre réponse.

M. Silcox: CJRT, qui est la station de radio financée par le gouvernement de l'Ontario, est maintenant distribuée par câble dans toute la province et cherche à injecter une certaine dimension régionale dans le système radiophonique ontarien. Il est question d'élargir ce service à toute la province.

M. Gormley: Sur le câble.

M. Silcox: Peut-être également par voie hertzienne. C'est une possibilité.

J'ajouterais, pour faire suite à une autre question, que TVOntario touche 96 p. 100 de la population anglophone de la province. Cela est en réponse à la question de M. Heap sur... .

Le président: Et «la chaîne française» touche quel pourcentage de la population francophone?

M. Silcox: Pour le moment, 87 p. 100, et nous atteindrons prochainement 95 p. 100, dans les 18 mois à venir, je pense.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you, Madam Minister, and welcome to our committee. I wish you success in your new responsibilities and thank you for coming to our committee to express your views on the Canadian Broadcasting Policy.

Let us try to compare the service being given to francophones in Ontario and that available to

[Texte]

anglophones du Québec, Pouvez-vous nous donner un peu de précisions à ce sujet?

Mr. Silcox: If I could answer for the Minister, I think the Minister in her remarks was simply making reference to the fact that minority-language groups should be served wherever they are, and we have actually made an effort to do that in the provision of the French-language service of TVOntario—a joint effort, by the way, between the federal and provincial governments for the first five years. So all we are trying to do is to acknowledge the importance of service in the two official languages and to support, through the additional financial support we have given *La Chaîne*, the provisions of our own bill, which provides services in the French language throughout Ontario—in which our ministry, by the way, is well ahead of many of its sister ministries.

M. Blackburn (Jonquière): Peut-être pas tout à fait. J'aurais voulu qu'on fasse justement le parallèle entre ce qu'on offre aux anglophones du Québec, sur notre territoire, et ce qu'on offre aux francophones sur le territoire, en Ontario. Comment les deux services peuvent-ils se comparer?

Mrs. Munro: I would think Ontario probably provides a greater range of services to the Franco-Ontarian population. We have had, again, very convivial talks with Minister French on this whole question, and although we have not compared figures, I can tell you that just the audience the deputy referred to indicates that we are reaching Franco-Ontarians. We are also, by virtue of those programs, reaching people who would like to learn more about the French culture. I realize the franco-Ontarian culture is of primary importance; but there are also many people in Ontario who are trying to acquire French as a second language. I think we compare favourably, if we do not do better than that.

• 0955

M. Blackburn (Jonquière): Actuellement, y a-t-il une certaine collaboration entre la chaîne française de TVOntario et Radio-Québec? Est-ce qu'il y a des ententes qui existent présentement? Qu'est-ce qui est projeté entre ces deux chaînes dans le futur?

Mrs. Munro: As the result of discussions over the last two years we have embarked on co-operative arrangements, co-productions, sharing of technical and program information and that kind of thing. As you know, TVOntario has moved into the marketing of its products and all of that information is shared—i.e., our library of modules. We intend to do more.

One of the first wires of congratulations I received was from Minister French and Lise Bacon. This province

[Traduction]

anglophones in Quebec. Could you give us some clarification in this regard?

M. Silcox: Si vous me permettez de répondre à la place du ministre, je pense que ses propos dans ses remarques liminaires faisaient simplement allusion au fait que les groupes parlant une langue minoritaire doivent être servis partout où ils se trouvent et nous avons fait un effort dans ce sens en créant un canal français de TVOntario—et j'ajoute que c'est le résultat d'une collaboration entre le gouvernement fédéral et le gouvernement provincial pendant les cinq premières années. Tout ce que nous essayons donc de faire c'est reconnaître l'importance du service dans les deux langues officielles et aider financièrement à la fourniture d'un service en langue française dans toute la province—et d'ailleurs, sur ce plan, notre ministère est loin en avance sur les autres de l'administration provinciale.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would have liked a comparison between the services provided to anglophones in Quebec, in my province, and those that are available to francophones in Ontario. How would the two compare?

Mme Munro: Je pense que l'Ontario fournit sans doute une plus grande gamme de services à sa population franco-ontarienne. Là encore, nous avons eu des discussions très amicales avec le ministre French sur toute cette question et, bien que nous n'ayons pas comparé nos chiffres, je puis vous dire que les chiffres d'auditoire que le sous-ministre a mentionnés tout à l'heure montrent bien que nous rejoignons les Franco-ontariens. Les émissions sont également écoutées par ceux qui veulent connaître mieux la culture française. C'est évidemment aux Franco-ontariens que nous nous adressons en tout premier lieu, mais il y a également beaucoup d'autres gens en Ontario qui veulent apprendre le français comme langue seconde. Je pense que nous nous comparons très favorablement au Québec, si même nous ne faisons pas mieux.

Mr. Blackburn (Jonquière): Is there at the present time any co-operation between TVOntario's French channel and Radio-Québec? Do you have any arrangements at the present time or do you anticipate any in the future?

Mme Munro: Par suite des discussions que nous avons tenues durant les deux dernières années, nous avons conclu un certain nombre d'ententes de coopération, pour la coproduction d'émissions, l'échange d'information technique, et ce genre de choses. Ainsi que vous le savez, TVOntario assure maintenant la commercialisation de ses propres réalisations et nous partageons toutes ces informations—particulièrement notre bibliothèque de modules. Nous avons l'intention d'aller encore plus loin dans cette voie.

L'un des premiers télégrammes de félicitations que j'ai reçus émanait du ministre French et de Lise Bacon. Nous

[Text]

takes very seriously its relationship with the province of Quebec and other provinces that would like to respond or should be responding to the needs of the francophone population in Canada.

Mr. Blackburn (Jonquière): Est-ce qu'on a porté à votre attention la question de l'attribution des fréquences du système de distribution multipoints, SDM, qu'on se propose d'instaurer dans la région de Detroit-Windsor? Selon la compagnie CBC Câble, si ce système était implanté, les Canadiens ne pourraient pas utiliser les fréquences disponibles dans la région de Windsor. Comment voyez-vous l'implantation de ce nouveau système de distribution multipoints?

Mrs. Munro: We view it with alarm, of course, and have communicated our alarm to the federal government through Minister MacDonald and the Department of Communications. We believe it would be extremely detrimental to Windsor broadcasters if all of the available MDS channels were to be used by Detroit. At all public forums, we continue to rant and rave against the erosion... our right to maintain our cultural sovereignty and identity. I thank you very much for the question on the Windsor problem and the very real effect of spill-overs into Windsor.

I guess there are some initiatives that we have reported and have communicated to our federal partners, but certainly the willingness of CRTC to allow experimental FM radio stations in Windsor is a hopeful sign. As you know, Windsor was almost an outpost. It finally received cable service because of the programming in the States. So we view it with abhorrence and believe that particular problem is similar in all border cities. If Ontario can do anything at all to relieve the situation we will do so. But certainly the federal government should be taking a harder look at the question.

The Chairman: Mr. Caldwell, since you come from that region, do you have anything in particular as a follow-up to the Minister?

Mr. Caldwell: Certainly I agree with the Minister on the Windsor situation. The fact that you have 31 channels now beaming into the Windsor area, or capable of beaming into the Windsor area, is a rather frightening matter. I am concerned also about the fragmentation of the market, the overdominance of American channels. I know this committee, along with the chairman, is checking into it to get some answers on this particular question.

I understand the DOC has said there is no problem. They have been dealing with it for some time. They say that they can stop the signal at the border and it will not be available in Windsor. I completely disagree with that. I do not know how you stop a signal 500 feet away, but we are looking into it. It is of concern to this committee and certainly of concern to me.

[Translation]

attachons beaucoup de prix à nos relations avec le Québec, et d'autres provinces qui voudraient satisfaire ou devraient satisfaire les besoins de leur population francophone.

Mr. Blackburn (Jonquière): Are you aware of the proposal for attribution of the frequencies for the MDS, the multipoint distribution system, in the Detroit-Windsor area? According to the CBC cable company, if this system were approved, Canadians would no longer be able to use available frequencies in the Windsor area. How do you view this new multipoint distribution system?

Mme Munro: Cela nous inquiète, bien évidemment, et nous en avons fait part au gouvernement fédéral par l'intermédiaire du ministre MacDonald et du ministère des Communications. Nous pensons qu'il serait extrêmement préjudiciable aux radiodiffuseurs de Windsor que tous les canaux SDM disponibles soient utilisés par Detroit. Dans tous les forums publics nous proclamons à grands cris notre droit de préserver notre souveraineté et notre identité culturelle. Je vous remercie beaucoup de cette question sur la région de Windsor et les conséquences très inquiétantes de ce débordement sur la région.

Il existe un certain nombre d'initiatives que nous avons signalées à nos partenaires fédéraux, mais la disposition du CRTC à autoriser des stations de radio FM expérimentales à Windsor est un signe encourageant. Comme vous le savez, Windsor était presque un avant-poste. La ville bénéficie enfin de la câblodistribution grâce à la programmation aux États-Unis. C'est une perspective qui nous répugne beaucoup et nous pensons que le même problème se pose dans toutes les villes-frontières. Si l'Ontario peut faire quoi que ce soit pour régler ce problème, nous le ferons. Mais en tout cas, nous considérons que le gouvernement fédéral devrait adopter une position beaucoup plus ferme.

Le président: Monsieur Caldwell, puisque vous venez de cette région, avez-vous quelque chose de particulier à demander à ce sujet au ministre?

M. Caldwell: Je suis certainement d'accord avec le ministre sur la situation à Windsor. Le fait qu'il existe aujourd'hui 31 canaux diffusés dans la région de Windsor ou susceptibles de l'être, est assez effrayant. Je m'inquiète également de la fragmentation du marché, de la domination des canaux américains. Je sais que notre Comité, sous l'impulsion de son président, cherche à obtenir quelques réponses sur cette question en particulier.

Je crois savoir que le ministère des Communications a pris la position qu'il n'existe aucun problème. Il s'occupe de la question depuis quelque temps. Il dit qu'il est possible d'arrêter le signal à la frontière et qu'il ne sera pas diffusé à Windsor. Je conteste cela entièrement. Je ne vois pas comment on peut arrêter un signal 500 pieds plus loin, mais nous essayons de nous renseigner. C'est un

[Texte]

Mrs. Munro: I think if you have the political will we can respond in the right kind of way. I am wondering what your views are on the retransmission rights, as we are going across the province on another issue. The topic of copyright and retransmission comes up and we believe it is a very serious issue facing us as we look at border states. I am wondering what kind of feedback you have received on the issue of retransmission.

• 1000

The Chairman: We have received very little on the subject. We have recently added it to our list of items to investigate as part of the trade agreement with the United States. It was also a recommendation of the subcommittee on copyright law in 1985, so it is consonant with what has gone before. We will certainly be including it in our policy considerations.

Mrs. Finestone and I each have one question. I regret that we must wrap up this session.

Mrs. Finestone: I wonder if you would state the policy you see for us to consider in our own submission, which might be helpful.

• 1005

I would like to address the concern you outlined about private television, in which you are looking at the incentive measures to increase Canadian content. You do not seem to support the recommendation that broadcasters be required to go to 45%, and you are suggesting that CRTC modify its approach by having a new formula, such that broadcasters would be required to spend a certain amount of dollars based on their gross revenues. I wonder if you would look at that, perhaps focusing on net revenues rather than gross revenues, in light of the fact that there are different costs for the quality of the programs that would be produced, first.

Secondly, I would be most anxious for you to indicate to us the importance in this incentive, because I am looking at incentives to Canadian programming, the incentives that Telefilm enables and how important Telefilm is in the development of the independent and the private sector.

Third, have you looked at the proposed white paper on a multi-level sales tax and its implication for an adverse, or other, impact on Canadian programming? If the goal of a Canadian broadcasting act, Madam Minister, is to

[Traduction]

sujet qui préoccupe le Comité et moi tout particulièrement.

Mme Munro: Je pense que si la volonté politique existe, nous trouverons la bonne solution. Je me demande ce que vous pensez des droits de retransmission, car nous allons demander des avis dans la province sur ce sujet. La question du droit d'auteur et celle de la retransmission arrivent parfois sur le tapis et il s'agit là, selon nous, de questions fort sérieuses, surtout dans le contexte des zones frontalières. J'aimerais savoir ce que l'on vous a dit relativement à la retransmission.

Le président: Nous n'avons reçu que très peu de choses là-dessus. Nous avons d'ailleurs tout récemment ajouté cette question à notre liste de sujets à examiner dans le cadre de l'entente de libre-échange avec les États-Unis. Cela avait d'ailleurs déjà fait l'objet d'une recommandation du Sous-comité sur le droit d'auteur en 1985, et cela cadre donc avec ce qui a déjà été fait. Nous allons certainement inclure cela dans notre étude des politiques.

M^{me} Finestone et moi-même aimerions chacun vous poser une question. Je regrette vraiment que nous ayons à mettre un terme à cette séance.

Mme Finestone: Il nous serait utile que vous nous disiez quelle politique vous nous verriez prôner dans notre propre rapport.

J'aimerais qu'on revienne aux préoccupations que vous avez exprimées relativement à la télévision privée. Vous disiez vous être penchée sur les mesures d'encouragement visant à augmenter le contenu canadien. Vous ne semblez pas appuyer la recommandation selon laquelle les radiodiffuseurs seraient tenus de passer à 45 p. 100, et vous proposez que le CRTC modifie son approche en adoptant une nouvelle formule en vertu de laquelle les radiodiffuseurs seraient tenus de consacrer à ce contenu un certain montant d'argent, calculé à partir de leurs revenus bruts. Vous serait-il possible d'examiner cela, en mettant plutôt l'accent sur les revenus nets que sur les revenus bruts, étant donné qu'il y aurait des coûts différents en fonction de la qualité des émissions qui seraient produites? Voilà ma première question.

Deuxièmement, j'apprécierais beaucoup que vous nous disiez quelle importance devrait revêtir ces mesures d'encouragement, car ce qui m'intéresse, ce sont les mesures qui seront favorables à la programmation canadienne, celles qui seront autorisées par Telefilm Canada, et il ne faut pas oublier l'importance que revêt Telefilm Canada dans le développement du secteur privé indépendant.

Troisièmement, avez-vous examiné le Livre blanc sur la taxe de vente multi-stades et les conséquences que l'adoption d'une telle taxe aurait pour la programmation canadienne? Madame la ministre, si l'objet d'une loi sur

|Text|

promote Canadian content, then what is the implication for the cuts in capital cost allowance, for taxes, and for Telefilm not having the financing and having to turn dollars back?

The Chairman: Minister, we are asking you to respond in writing to those questions. My question for a written response, please, is whether Ontario was involved in the discussions on a new Commonwealth initiative to provide the co-operative educational broadcasting service by satellite. . . just a summary of your views on the proposal, which I think was endorsed in principle at the Commonwealth conference in Vancouver.

Minister, we greatly appreciate your help today. We wish you well in your new, broader portfolio. You are off to a wonderful start. We thank you and your officials.

• 1010

We move now to the Friends of Public Broadcasting. I would ask Professor Frank Peers and Mr. Walter Pitman, who are both members of the steering committee of the Friends of Public Broadcasting, to make their statement and then be prepared for our questions. Please proceed.

Mr. Walter Pitman (Member of the Steering Committee, Friends of Public Broadcasting): Thank you very much. We are very pleased indeed to have this opportunity to appear before this committee of the House of Commons.

As we call ourselves the Friends of Public Broadcasting, perhaps I should just say a word before Professor Peers goes ahead with our submission to remind you that the Friends of Public Broadcasting is very much a citizens organization, a grassroots organization. It began nearly three years ago when perhaps a dozen or so citizens met in Hart House and were concerned about the state and the perceived state of public broadcasting in Canada and determined to do something about it.

Over the last three years I think we have supported five full-page advertisements in *The Globe and Mail* as well as in other publications. I think we have tried to be of assistance in suggesting the Caplan-Sauvageau task force and I think we have been very supportive of this committee of the House of Commons. So I think we can indicate to you that we now have some 12,000 Canadians who are indicating their support for this organization by sending money and receiving no tax advantage for doing so. That is a substantial number of Canadians across this country who are showing their interest in the well-being of public broadcasting.

I will now pass it over to Professor Peers.

|Translation|

la radiodiffusion, c'est de promouvoir le contenu canadien, alors qu'en est-il de la réduction de la déduction pour amortissement, des taxes et du fait que Téléfilm n'a pas le financement nécessaire et a dû rendre de l'argent?

Le président: Madame la ministre, je vous demanderais de répondre par écrit à ces questions. La question que j'aimerais moi vous poser, et là encore je vous demanderais de répondre par écrit, est la suivante: la province de l'Ontario a-t-elle participé aux discussions sur une nouvelle initiative du Commonwealth visant l'établissement d'un service coopératif de radiodiffusion d'émissions éducatives par satellite. . . Si vous pouviez tout simplement résumer vos idées sur la proposition qui a, je pense, été adoptée en principe lors de la Conférence du Commonwealth à Vancouver.

Madame la ministre, nous apprécions beaucoup l'aide que vous nous avez apportée aujourd'hui. Nous vous souhaitons bonne chance avec votre nouveau portefeuille, qui est plus vaste. Vous avez très bien démarré. Je vous remercie, vous et les hauts fonctionnaires qui vous ont accompagnée, d'être venus nous rencontrer.

Nous allons maintenant passer au *Friends of Public Broadcasting*. J'inviterai le professeur Frank Peers et M. Walter Pitman, tous deux membres du comité directeur des *Friends of Public Broadcasting*, à nous faire leur déclaration, après quoi nous pourrons leur poser des questions. Allez-y, je vous prie.

M. Walter Pitman (membre du comité directeur, Friends of Public Broadcasting): Merci beaucoup. Nous sommes très heureux d'avoir ainsi la possibilité de comparaître devant le Comité parlementaire.

Avant que le professeur Peers ne vous lise notre exposé, j'aimerais vous dire quelques mots au sujet des *Friends of Public Broadcasting*. Notre organisme est un regroupement de citoyens, qui a ses racines au sein de la communauté. Il est né il y a près de trois ans lorsqu'une douzaine de citoyens environ, qui s'inquiétaient de l'état de la radiodiffusion publique au Canada et de l'impression qu'en avaient les gens, se sont réunis à Hart House et ont décidé de faire quelque chose.

Il me semble qu'au cours des trois dernières années, nous avons fait publié cinq annonces d'une page entière dans le *Globe and Mail* et dans un certain nombre d'autres publications. Nous avons je pense par ailleurs essayé d'aider le groupe de travail Sauvageau-Caplan et nous avons aussi largement appuyé votre Comité. Notre organisme regroupe aujourd'hui quelque 12,000 Canadiens qui nous envoient de l'argent mais qui n'en retirent aucun avantage fiscal. C'est la preuve qu'il y a un nombre important de Canadiens de tout le pays qui s'intéressent au bien-être de la radiodiffusion publique.

Je cède maintenant la parole au professeur Peers.

[Texte]

Professor Frank Peers (Member of Steering Committee, Friends of Public Broadcasting): Mr. Chairman, members of the committee, the following statement should be considered as a supplement to our previous submissions on broadcasting policy.

As members of the committee will know from our public statements, we welcome the committee's leadership in broadcasting policy. You may be aware, for example, of the public statement we made and published in *The Globe and Mail* for June 26, commending one of the reports of the committee and drawing it to the attention of our supporters and of other interested Canadians.

Among the many recommendations from the committee that have aroused our strong support is your recommendation that the act should reassert the need for the private elements of the broadcasting system to contribute to achieving a strengthening of Canadian programming. To a great extent, the public and private components of the Canadian broadcasting system have similar responsibilities: to make accessible to Canadians programs of high quality and to provide for a continuing expression of the Canadian reality. But additionally the two components, public and private, should complement one another so that Canadians are offered the widest possible choice of programs that inform, enlighten and entertain.

The CBC, for its part, should have the freedom to schedule programs whose success can be measured over the long term, not always governed by ratings and similar quantitative measures of instant satisfaction on the part of the public.

The ad hoc budget cuts that have been sustained by CBC in recent years have distressed not only the corporation's board of directors, who have made their views known, but also many thousands of concerned citizens, as our correspondence plainly shows. Signs of deteriorating program service are already evident and unless the government and Parliament reverse the trend, the public outcry will intensify in the coming year.

Of course, the private sector will continue to be financed primarily by commercial revenue, aided in some instances by fees or subscriptions. It is therefore to be anticipated that private owners will seek the largest possible audiences at any particular moment and the private sector's programming service will be conditioned by this motive.

At the same time, as the federal Task Force on Broadcasting Policy has recognized, the private sector continues to benefit from a substantial degree of state support and protection from American competition. This fact, plus the use of public frequencies and licences,

[Traduction]

M. Frank Peers (professeur, membre du Comité directeur, Friends of Public Broadcasting): Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, les propos que je vais maintenant vous tenir viendront compléter nos interventions précédentes relativement à la politique de radiodiffusion.

Comme le savent les membres du Comité, vu les déclarations publiques que nous avons déjà faites, nous applaudissons le rôle de leader qu'a choisi de jouer le Comité dans le domaine de la politique de radiodiffusion. Vous avez par exemple peut-être pris connaissance d'une déclaration publique que nous avons faite et qui a été publiée dans le *Globe and Mail* du 26 juin, déclaration où nous faisons l'éloge de l'un des rapports du comité et où nous le portons à l'attention de nos membres et d'autres Canadiens que la chose intéresse.

Parmi les nombreuses recommandations du Comité qui jouissent de notre plein appui il y a celles demandant que la loi réaffirme la nécessité pour les éléments privés du système de radiodiffusion de contribuer au renforcement de la programmation canadienne. Les éléments publics et privés du système canadien de radiodiffusion ont dans une large mesure des responsabilités semblables: rendre accessibles aux Canadiens des émissions de qualité élevée et assurer l'expression continue de la réalité canadienne. Il conviendrait cependant d'ajouter à cela que ces deux éléments, le public et le privé, devraient se compléter l'un l'autre, afin que les Canadiens disposent du plus vaste choix possible d'émissions susceptibles de les renseigner, de les éclairer et de les divertir.

La Société Radio-Canada devrait, pour sa part, être libre de diffuser des émissions dont la réussite ne saurait être mesurée qu'à long terme, au lieu d'être gouvernée par les cotes d'écoute et par d'autres systèmes d'évaluation quantitative de la satisfaction immédiate du public.

Les coupures budgétaires ponctuelles que la Société Radio-Canada a subies ces dernières années, ont frustré non seulement le conseil d'administration de la Société, dont les membres ont fait connaître leur point de vue, mais également des milliers de citoyens canadiens, comme en témoigne la correspondance que nous avons reçue. Des signes de la détérioration du service se manifestent déjà et les plaintes du public ne feront que s'intensifier dans l'année à venir si le gouvernement et le Parlement ne renversent pas cette tendance.

Evidemment, le secteur privé continuera d'être principalement financé par les revenus en provenance d'annonces publicitaires, auxquels s'ajoute, dans certains cas, des redevances ou des abonnements. Il est donc à prévoir que les postes privés chercheront, à tout moment, les plus vastes auditoires possibles, et la programmation du service assuré par le secteur privé sera donc fonction de cette motivation.

En même temps, comme l'a reconnu le groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, le secteur privé continue de bénéficier d'un appui fédéral considérable et d'une protection contre la concurrence américaine. Cet état de choses, ajouté à l'utilisation des fréquences et des

[Text]

justifies an insistence by Parliament that all licensees live up fully to their public obligations. Shortcomings in the past have amounted to a flouting of the law enacted by Parliament.

• 1015

In this regard, Friends of Public Broadcasting was greatly encouraged by your recommendation that the requirements placed on private-sector owners should be strengthened and enforced. Any licensee unwilling to meet obligations—I think these are your words—in the spirit of the act should not be allowed to continue to hold a licence.

The CRTC is beginning to show signs of insisting on better adherence to its Canadian content quotas and conditions of licence on the part of private-sector owners. But the overall situation is still worrisome and merits the committee's continuing scrutiny.

In conclusion, Friends of Public Broadcasting commends the committee on its fine work to date. You are following in the best traditions of previous committees, whose all-party agreements resulted in the previous broadcasting acts of 1932, 1936, and 1968. Your unanimous and forceful recommendations of 1987 will enhance this Canadian non-partisan tradition in broadcasting policy. We urge you to continue to build upon this record in your next report.

The Chairman: Thank you, Prof. Peers and Mr. Pitman. That ad was very impressive. My daughter took the magnetic attachments and put it on the fridge door so all could see it and she said "Dad, they spelt your name right". That was a bit unfair, because it was the work of my colleagues on this committee. All I really do is keep the time and act as referee.

Mr. Caldwell: Mr. Peers and Mr. Pitman, welcome to the committee. I guess this must be our second or third go-around with the Friends of Public Broadcasting. It is always interesting to talk to the people in your position, because I think we are all interested in how fast we can get more Canadian broadcasting or public broadcasting out to the people.

I also want to echo my chairman's words about the ad: it certainly was very much appreciated by those who do the work on this committee. I do not know the reaction you got from it. Other than some of my friends seeing it in the paper, I am not sure how much mail I got on the ad as a result of that. It is always difficult to tell, because Members of Parliament get a lot of mail and of course there are the interest groups.

[Translation]

licences publiques, justifie le fait que le Parlement exige que tous les détenteurs de licence respectent pleinement leurs obligations envers lui. Les lacunes du passé n'ont fait que bafouer les lois adoptées par le Parlement.

À ce propos, les *Friends of Public Broadcasting* ont été très encouragés par votre recommandation selon laquelle on devrait renforcer et faire respecter les exigences imposées aux entrepreneurs privés. Tout détenteur de licence non désireux de respecter ces obligations—il me semble que c'est en ces termes que vous vous êtes exprimés—ne devraient pas, dans l'esprit de la loi, conserver sa licence.

Le CRTC laisse déjà entrevoir qu'il compte exiger des exploitants privés qu'ils respectent mieux ces quotas en matière de contenu canadien et ces conditions d'octroi de licence. Quoi qu'il en soit, la situation d'ensemble demeure inquiétante et mérite l'attention continue du Comité.

En conclusion, les *Friends of Public Broadcasting* félicitent le Comité pour le merveilleux travail qu'il a fait jusqu'ici. Vous vous inscrivez parfaitement dans la lignée des comités précédents dont les ententes tripartites ont débouché sur les lois sur la radiodiffusion de 1932, 1936 et de 1968. Vos recommandations énergiques et unanimes de 1987 viendront réhausser cette tradition non partisane, proprement canadienne en matière de politique de radiodiffusion. Nous vous exhortons de continuer dans cette même veine et de construire votre prochain rapport sur ces bases.

Le président: Merci beaucoup, professeur Peers et M. Pitman. Cette annonce était très impressionnante. Ma fille a pris des aimants et elle l'a accrochée sur la porte du réfrigérateur pour que tout le monde la voit en s'exclamant: «papa, ils n'ont pas fait de faute en écrivant ton nom». C'était un petit peu injuste, car c'était le travail de mes collègues du Comité. Moi, tout ce que je fais, c'est surveiller l'heure et jouer le rôle d'arbitre.

M. Caldwell: M. Peers et M. Pitman, bienvenue au Comité. C'est sans doute, la deuxième ou la troisième fois que nous avons affaire avec les *Friends of Public Broadcasting*. Il est toujours intéressant de parler avec des personnes qui se trouvent dans une situation comme la vôtre, car je pense que ce qui nous intéresse tous, c'est de savoir quoi faire pour que la radiodiffusion canadienne ou la radiodiffusion publique servent mieux les gens du pays.

J'aimerais également faire écho à ce qu'a dit le président au sujet de l'annonce. Elle a certainement été très appréciée par ceux qui travaillent au Comité. Je ne sais quelle réaction il y a eu de votre côté. Outre ce que m'ont dit certains amis qui ont vu l'annonce dans le journal... Je ne sais pas combien de courrier j'ai reçu là-dessus. Il est toujours difficile de savoir, car les députés reçoivent beaucoup de courrier et il y a bien sûr toutes sortes de groupes d'intérêts.

[Texte]

You say that unless governments or Parliament reverses the trend toward funding public broadcasting the public outcry will intensify in the coming year. I think we would all like to believe that, and I am sure you would like to believe that, but do you think that really would happen?

Mr. Pitman: Our mail and the numbers of people who have come to the support of this organization and the piles of letters we receive indicate a realization already that the quality of public broadcasting is deteriorating. There is a very real concern, a very real caring about public broadcasting. There is a realization that this is indeed the railway that binds Canada together in the 20th century and we will be dependent on this and other technological devices in the 21st century, that in fact the broadcasting system has been the main supporter of the arts. Whether it be playwrights, poets, composers, it has been by far the most prolific in developing the Canadian artistic tradition of the 20th century.

I can say, as someone who expected this would be a few months of activity and then we would all disappear and get on about our business, that we have been overwhelmed by the interest of Canadians, who have sent us \$500,000 of their own money, with no tax receipts.

I know something of the mail a member receives. You may not have received any mail as a result of that ad, because that may not be the way in which people who care about public broadcasting express themselves. But we have certainly received an enormous amount of mail, and we can very easily make you aware of that and send you any information you would like, in fact about people in your own area.

Mr. Caldwell: If you collected the \$500,000, then maybe you people should be the fund-raisers for broadcasting and hand it over to the broadcasters to do something with it. But that is another story we will not get into now.

What do you think of the idea of the CBC in their five-year plan to go to 95% Canadian content—I believe it is in five years—and do away with American programming altogether? I am going to qualify that. You always have to have a little candy coating on things to make them saleable, although you may agree or disagree about Canadian broadcasting standing on its own. If the CBC does that, is there not a danger that the audience ratings will go down? If you fragment the market, there will be less advertising and less money.

[Traduction]

Vous dites qu'à moins que le gouvernement ou que le Parlement renverse la tendance en assurant un meilleur financement au secteur de la radiodiffusion publique, les plaintes des Canadiens ne feront que se multiplier dans l'année à venir. Je pense que nous aimerions tous croire cela, et c'est sans doute votre cas aussi, mais pensez-vous vraiment que c'est ce qui se passerait?

M. Pitman: Le courrier que nous recevons et ce que nous disent les gens qui ont donné leur appui à notre organisme—et nous recevons des piles et des piles de lettres—révèlent que les gens se rendent déjà compte que la qualité de la radiodiffusion publique est en train de se détériorer. La radiodiffusion publique intéresse véritablement et de très près les gens. Ils se rendent compte que la radiodiffusion est «le chemin de fer» qui lie ensemble toutes les régions du pays dans ce siècle qui est le nôtre, et qu'au XXI^e siècle nous dépendrons de cela et d'autres dispositifs. Ils se sont même rendu compte que c'est le système de radiodiffusion qui a été le principal défenseur des arts. Qu'il s'agisse de dramaturges, de poètes ou de compositeurs, c'est la radiodiffusion qui aura amené le développement le plus prolifique de la tradition artistique canadienne au XX^e siècle.

Je peux vous dire qu'au départ je m'étais attendu à ce que toute cette question se limite à quelques mois d'activité, après quoi nous allions tous disparaître et vaquer à nos petites affaires. Or, nous avons été abasourdis par l'intérêt des Canadiens, qui nous ont versé de leur poche 500,000\$, sans que nous puissions leur offrir des déductions d'impôt pour leurs dons.

J'ai une petite idée du courrier que doivent recevoir les députés. Vous n'avez peut-être pas reçu de courrier suite à la parution de cette annonce, car ce n'est peut-être pas de cette façon que s'expriment les gens qui s'intéressent à la radiodiffusion publique. Je peux néanmoins vous assurer que nous avons reçu une quantité énorme de courrier. Nous pourrions très bien vous faire un petit compte rendu et vous envoyer tous les renseignements que vous voudriez avoir, peut-être même ceux des gens vivant dans vos circonscriptions.

M. Caldwell: Si vous avez réussi à ramasser 500.000\$, c'est peut-être vous qui devriez vous charger d'organiser des campagnes de financement pour la radiodiffusion et de remettre l'argent aux radiodiffuseurs afin qu'ils en fassent quelque chose. Mais c'est là une autre histoire dans laquelle nous n'allons pas nous lancer ici.

Que pensez-vous de l'idée énoncée par la Société Radio-Canada dans son plan quinquennal, à savoir chercher à atteindre un contenu canadien de 95 p. 100—d'ici cinq ans, je pense—et supprimer carrément toutes les émissions américaines? Je vais nuancer un peu cela. Il faut toujours enrober un peu les choses pour les vendre, que vous pensiez ou non que la radiodiffusion canadienne puisse s'en tirer toute seule. Si Radio-Canada faisait cela, ne risquerait-on pas de voir les cotes d'écoute tomber? Si vous découpez le marché, il y aura moins de publicité et, partant, moins d'argent.

[Text]

[Translation]

• 1020

Mr. Pitman: In recent years, until their budget cuts, the CBC increased its amount of Canadian programming on television. As I understand it, they did so without sustaining a loss in their overall share of the audience. It seems to me it was about 22% or 23% before they increased the number of hours. It remained about the same. Their share of the audience is about the same for Canadian programs as for American programs. That is not true of all the affiliates on the network. Generally their numbers have held up.

I think there might be a danger if they are forced to pare costs too strictly while increasing their content in numbers of hours. The audience, which is fairly discerning, will not go for shoddy Canadian programs in place of, in technical terms, a quality product from Hollywood.

Mr. Caldwell: Let me ask you this, Mr. Peers and Mr. Pitman. The Canadian public is paying in excess of \$700 million dollars a year to the CBC to do Canadian programming. How much do they need? Do you people have a figure for what we should be increasing it to? How much is enough?

Mr. Pitman: We do not have that research capacity I am afraid, but the amount spent per capita by CBC for television is about what they predicted if you take into consideration the change in the value of the dollar over the last 35 years. At that time they estimated it would cost \$15 per head. They were given \$10 per head initially. You have to take into consideration the change in the value of the dollar and look at how much it cost to buy a car in 1952 and how much it costs to buy a car today. The public's expenditures per capita are not very much, if at all, in excess of what had been predicted in 1952.

On the radio side it is equally clear that in spite of the growth in budgets the amount per capita remains almost exactly where it was, given those factors I have mentioned. In 1937 the licence fee per radio set was \$2.50. The amount the CBC estimates it expends on radio now is somewhere about \$8.60 or \$8.70 per individual. Those figures are very easy to reconcile if you look at it the way an economist would look at it in terms of constant dollars.

Mr. Caldwell: The CBC is asked to do many things other than programming. We have been around this country for the last year. If you go to places like Thunder Bay, for example, you get a request that they want a transmitter so the men and women going into the logging camps will be able to hear CBC radio. It is a very expensive proposition. Do you think we should get our priorities straight about what we want, whether it is more regional programming, less regional programming or

M. Pitman: Ces dernières années, jusqu'au resserrement budgétaire, la Société Radio-Canada avait augmenté le nombre d'émissions canadiennes à la télévision. Et d'après ce que j'ai compris, elle y était parvenue sans pour autant voir sa part du public diminuer. Il me semble que cela se situait à environ 22 ou 23 p. 100 avant qu'on augmente le nombre d'heures. Le niveau est resté à peu près le même. La part du public est à peu près la même pour les émissions canadiennes que pour les émissions américaines. Mais cela n'est pas vrai pour toutes les stations affiliées du réseau. Quoi qu'il en soit, de façon générale, les chiffres sont demeurés à peu près les mêmes.

Là où il y aurait peut-être un risque, c'est si on les obligeait à réduire de trop leurs coûts tout en augmentant leur contenu en nombre d'heures. Le public, qui est assez sophistiqué, ne sera pas d'accord si on lui offre des émissions canadiennes médiocres, techniquement parlant, à la place de produits de qualité venant de Hollywood.

M. Caldwell: Messieurs Peers et Pitman, permettez-moi de vous demander ceci. Le public canadien verse chaque année plus de 700 millions de dollars à la Société Radio-Canada pour que celle-ci puisse réaliser des émissions canadiennes. Combien faudrait-il? Avez-vous une idée du montant par lequel il faudrait augmenter cela? Qu'est-ce qui serait suffisant?

M. Pitman: Malheureusement, nous ne sommes pas en mesure de faire ce genre de recherche, mais le montant d'argent dépensé, par tête d'habitant, par la Société Radio-Canada pour la télévision correspond à peu près à ce qui avait été prévu, si l'on tient compte de l'évolution de la valeur du dollar au cours des 35 dernières années. À l'époque, ils avaient évalué le coût à environ 15\$ par tête d'habitant. On leur avait donné 10\$ par tête d'habitant au départ. Il faut tenir compte de l'évolution de la valeur du dollar et de ce qu'il en coûtait pour acheter une voiture en 1952 par rapport à ce qu'il vous faudrait déboursier aujourd'hui. Les dépenses par tête d'habitant ne dépassent pas du tout, ou alors seulement très légèrement, ce qui avait été prévu en 1952.

Du côté de la radio, il est tout aussi clair que, malgré la croissance des budgets, le montant par tête d'habitant est presque exactement le même, et ce à cause des facteurs que j'ai déjà mentionnés. En 1937, les frais de licence par poste de radio étaient de 2.50\$. Aujourd'hui, la Société Radio-Canada pense consacrer à la radio entre 8.60 et 8.70\$ par personne. Ces chiffres sont très faciles à concilier, si vous les examinez comme le ferait un économiste, c'est-à-dire en utilisant des dollars constants.

M. Caldwell: On demande à la Société Radio-Canada de faire beaucoup plus que de la programmation. Nous avons beaucoup voyagé dans le pays au cours de la dernière année. À Thunder Bay, par exemple, les gens demandent qu'on leur fournisse un émetteur pour que les hommes et les femmes qui travaillent dans les camps de bûcherons puissent capter Radio-Canada. Or, ce serait très coûteux. Pensez-vous qu'il nous faille fixer nos priorités quant à ce que nous voulons vraiment, que ce soit une

[Texte]

doing the best programming at the national level? Where should we be going?

Mr. Pitman: I think it is perhaps the major problem this committee faces. I think what we have had over the last number of years, both in terms of previous governments and this government, is a mandate given to the CBC which is far beyond the resources given to the CBC to carry it out.

What do we want? I think many of us would say the CBC is one of the costs of being Canadian. If we want a country which stretches across thousands of miles in a very thin line up against the most sophisticated technological nation in the world and if we want to maintain any kind of identity resulting in any kind of sovereignty, we have to have a public broadcasting system that allows us to do that. There is no way the private broadcasters can do it. So in a sense it is a cost.

• 1025

Mr. Caldwell: What do you mean, they cannot do it?

Mr. Pitman: I do not think the private sector has shown over the last number of decades that it has any interest in doing it and why should it? We do not expect the private sector to carry out that kind of a function.

Mr. Caldwell: Are you saying that the private sector has no obligation to program Canadian programming or to do this kind of thing?

Mr. Pitman: I am simply saying that it has not shown that this is the prime interest.

Mr. Caldwell: It has not shown it, but maybe it should be.

Mr. Pitman: Unless the CRTC develops a capacity and a power to force those private stations to carry even the promises they make now, certainly there is no chance that the private sector is going to be able to carry out the responsibility.

The Chairman: Sticks only, no carrots, Mr. Pitman.

Mr. Pitman: I think there is a reality, which I am sure this committee faces, that taking away a licence from a television station is not simply like a slap on the wrist. It brings down on the heads of the elected representatives, to say nothing of the implications it has economically in any community, to such a degree that it is very hard for the CRTC to take such action. I realize that you have suggested such action in your last report, but I am not at all sure that even the stiffening that we have seen in the last few weeks would indicate that they are prepared to move to the point of taking away a licence.

[Traduction]

programmation régionale accrue, moins de programmation régionale ou bien tout simplement assurer la meilleure programmation possible au niveau national? Dans quel sens devrait-on aller?

M. Pitman: C'est peut-être là le plus grave problème auquel se trouve confronté le Comité. Depuis des années, que l'on parle de ce qui s'est passé sous d'autres administrations ou sous l'actuel gouvernement, le mandat donné à la Société Radio-Canada va bien au-delà des ressources qu'on lui accorde pour le mener à bien.

Que voulons-nous? Bon nombre d'entre nous diraient, je pense, que Radio-Canada, c'est un des éléments de ce que cela coûte d'être Canadiens. Si nous voulons un pays qui s'étend sur des milliers de kilomètres dans une bande étroite serrée contre le pays doté de la technologie la plus sophistiquée au monde, et si nous voulons maintenir une quelconque identité qui découle d'une quelconque souveraineté, il nous faut avoir un système de radiodiffusion publique qui nous permette de faire le nécessaire. Il est impossible pour les radiodiffuseurs privés de le faire. Par conséquent, dans un certain sens, c'est un coût.

M. Caldwell: Pourquoi ne peuvent-ils pas le faire? Que voulez-vous dire?

M. Pitman: Au cours des dernières décennies, je ne pense pas que le secteur privé se soit dit intéressé à le faire. Et pourquoi le serait-il? L'on ne s'attend pas à ce que le secteur privé remplisse pareille fonction.

M. Caldwell: Êtes-vous en train de dire que le secteur privé n'a aucune obligation de programmer des émissions canadiennes ou de faire autre chose de ce genre?

M. Pitman: Tout ce que je dis, c'est qu'il n'a pas montré que c'était là son principal intérêt.

M. Caldwell: Il ne l'a pas montré, mais il le devrait peut-être.

M. Pitman: A moins que le CRTC ne se dote des ressources et du pouvoir nécessaires pour obliger les stations privées à respecter ne serait-ce que les promesses qu'elles font à l'heure actuelle, il est exclu que le secteur privé puisse s'acquitter de pareille responsabilité.

Le président: Pas de bâton, mais juste des carottes, monsieur Pitman.

M. Pitman: Il y a, je pense, une réalité que le Comité n'ignore pas. Retirer une licence à une station de télévision, ce n'est pas comme lui donner tout simplement un coup sur les doigts. Pareille décision rejaillirait sur les représentants élus, sans parler des conséquences économiques que cela aurait dans la localité visée. C'est pourquoi il est très difficile pour le CRTC de faire ce genre de choses. Je sais bien que c'est ce que vous proposez dans votre dernier rapport, mais, même avec le resserrement que nous avons pu constater au cours des dernières semaines, je ne pense pas que le CRTC soit prêt à aller jusqu'à retirer une licence.

[Text]

Mr. Caldwell: Mr. Pitman, I might argue with you whether or not the CRTC in all its grace and glory has worried about the political fall-out from some of the decisions it has made. Thank you very much.

The Chairman: Buy dinner tonight and argue then. Mr. Heap.

Mr. Heap: Friends, I would be glad to take you up on your suggestion to put me in touch with the people in Spadina who are corresponding with you.

My general question partly relates to the previous questioning. Given the tendency to reduce public funding, given the logic that the private sector is likely to be persistent in giving more attention to advertising revenue than to the goals you have described for the public broadcasting system as a whole, and given the fact that at present the private sector, as you say, enjoys a degree of Canadian government support and protection. I am wondering if you have any comment on the probable outcome of the free trade discussions.

I understand there is to be an exemption for Canadian cultural matters in the free trade agreement. If we ever get the text of it, we will be able to read it and no doubt find the exemption written down. Do you see any danger that with the reduction of public funding on the one hand and the pressure of American industry on the other, the net effect will be a continued slide toward private industry goals as well as participation and away from public goals?

Prof. Peers: I think it is too early to comment on it in any detail. I think the pressures from the American industry are more visible in the film sector than in broadcasting. Of course, it would have an effect on broadcasting because television depends so much on feature film presentation. I think all we can safely say is that the need for our system of mixed public and private sectors will persist whether or not we enter the free trade arrangements that have been negotiated. It may in fact become even more crucial to our continuing identity.

Mr. Pitman: If I might just add to this, I think one of the things we perhaps do not realize in Canada is how fragile our arts scene is. If for example there were to be a change and if Canadian actors found that they could no longer make advertisements in Canada—by which they subsidize really their work on the stages and in the concert halls of this country—I think they would by necessity have to move to the United States or to some other country. It is the R.H. Thompson being able to make advertising features here in Canada that allows him to work at the Tarragon Theatre, the Toronto Free Theatre, and the smaller theatres throughout the country. In other words, broadcasting in a sense subsidizes the performing arts, the live performing arts, right across the country.

[Translation]

M. Caldwell: Monsieur Pitman, je suis moins convaincu que vous que le CRTC, dans toute sa gloire, se serait préoccupé des retombées politiques qu'aurait pu avoir certaines de ses décisions. Merci beaucoup.

Le président: Invitez-moi à dîner ce soir et on en parlera.

M. Heap: Chers amis, c'est avec plaisir que j'accepte votre proposition de me mettre en contact avec les gens de Spadina qui vous ont écrit.

Ma question découle en partie de celle qu'on vous a déjà posée. Vu la tendance à réduire les dépenses publiques, vu la logique qui veut que le secteur privé continue de prêter davantage attention à ses revenus en provenance de la publicité qu'aux objectifs que vous avez décrits pour le système de radiodiffusion public dans son ensemble, et vu le fait qu'à l'heure actuelle, comme vous l'avez dit, le secteur privé jouit de l'appui et de la protection du gouvernement canadien, auriez-vous quelque chose à dire au sujet des résultats probables des discussions sur le libre-échange.

Si j'ai bien compris, les questions touchant la culture canadienne seront exemptées de l'accord. Si nous parvenons un jour à obtenir le texte de l'accord, nous pourrions le lire et nous y trouverons vraisemblablement écrit en toutes lettres cette exemption. Avec, d'une part, la réduction du financement fédéral et, de l'autre, la pression de l'industrie américaine, ne craignez-vous pas que cela débouche sur une prépondérance des objectifs et de la participation du secteur privé par rapport à ceux du secteur public.

M. Peers: Je pense qu'il est encore trop tôt pour se prononcer là-dessus dans le détail. Je crois que les pressions de l'industrie américaine sont plus visibles dans l'industrie cinématographique que dans le secteur de la radiodiffusion. Évidemment, cela aurait une incidence sur la radiodiffusion, car la télévision mise très largement sur la présentation de longs métrages. Je pense cependant que l'on peut être à peu près certain que la nécessité pour notre système d'être axé sur un mélange d'éléments publics et privés se maintiendra, que nous allions ou non de l'avant avec l'entente de libre-échange qui a été négociée. Il se pourrait même que ce mélange devienne encore plus essentiel au maintien de notre identité.

M. Pitman: Permettez-moi d'ajouter quelque chose. Ce dont on ne se rend peut-être pas compte, c'est que le secteur artistique canadien est très fragile. Si, par exemple, il y avait un changement et si les acteurs canadiens constataient qu'ils ne pouvaient plus tourner de spots publicitaires au Canada—activité grâce à laquelle ils subventionnent leur travail sur les planches et dans les salles de concert ici au Canada—je pense qu'ils se verraient obligés d'aller s'installer aux États-Unis ou dans un autre pays. La possibilité de réaliser des annonces ici au Canada permet à des gens comme R.H. Thompson par exemple, de jouer dans de petits théâtres canadiens comme le Tarragon Theatre ou le Toronto Free Theatre. C'est donc dire que la radiodiffusion subventionne les arts de la scène à l'échelle du pays.

[Texte]

[Traduction]

• 1030

Mr. Heap: Do you then see a threat in those terms, or a potential threat of losing, as you put it, the right to make the advertisements here in Canada?

Mr. Pitman: As you have just said, we do not know what the free trade arrangements really are. My personal feeling is that you cannot separate economic, social, and political objectives, and free trade has all these implications you have described.

Mr. Heap: Can you suggest what we should watch, what we should keep our eye on specifically in the coming weeks of discussion and when the text is revealed?

Mr. Pitman: I think we need to understand exactly what it means, that culture has been exempted. At this point, it is rhetoric. We do not really know whether we have gained or lost, so I think vigilance is the only answer in this case.

Mr. Heap: Thank you.

Mr. Gormley: I have one question for the Friends of Public Broadcasting this morning, regarding the question of broadcast licences. As tempted as I am as a western Canadian Conservative to follow up on free trade here in Ontario, I will take the adage that one does not abuse a good host. Seeing as I am enjoying my stay, I will save this for another day.

You had proposed earlier, at least the Friends of Public Broadcasting had, sir, that the CRTC in essence rent the airwaves, increase the CRTC licence fees and allow rebates based on the amount of programming that is provided. In light of the recent Global and CTV renewals over the last few years, I am wondering if the Friends of Public Broadcasting still view this proposal as a reasonable way to go and, based on what you are suggesting, if there will be results as compared to whatever gains we have had thus far from the private networks.

Mr. Pitman: Perhaps I could begin and ask Prof. Peers to follow.

I think this was a very early suggestion that the FPB made. This was an alternative. It does accept the reality that the private sector in broadcasting is working in the marketplace, that they have a right to expect a profit. At the same time, it respects the fact that the public airwaves are indeed public, that this is public territory and public activity we are talking about.

We saw this as one alternative. If in fact we cannot regulate the private sector effectively through the CRTC or by whatever other means—and the track record has not been very impressive over the last number of decades we have been able to regulate the private sector—then the other alternative is simply to rent the public airwaves and

M. Heap: Appréhendez-vous donc de vous faire enlever éventuellement le droit de réaliser des annonces ici au Canada?

M. Pitman: Comme vous venez de le dire, nous ignorons la teneur réelle de l'entente de libre-échange. Personnellement, je crois que les objectifs économiques, sociaux et politiques sont inséparables et que le libre-échange va avoir tous les effets que vous avez cités.

M. Heap: Pouvez-vous nous indiquer quels aspects en particulier seront à surveiller lors des discussions des semaines à venir et lorsque le texte sera rendu public?

M. Pitman: D'après moi, il faut savoir exactement ce qu'il en est de cette exemption de la culture. Jusqu'à maintenant, cette exemption revêt un caractère rhétorique. On ignore si l'on a gagné ou perdu, et dans une telle situation, je pense que la vigilance est de rigueur.

M. Heap: Merci.

M. Gormley: J'ai une question pour les Amis de la radiotélévision publique ce matin; elle porte sur les licences de radiodiffusion. Même si, en tant que conservateur de l'Ouest du Canada, je suis très tenté de promouvoir le libre-échange ici en Ontario, je me laisserai guider par la maxime selon laquelle on n'abuse pas de la gentillesse de son hôte. Je trouve mon séjour ici très agréable, et je remettrai donc la discussion de cette question-là à un autre moment.

A un moment donné, monsieur, vous aviez proposé—ou du moins les Amis de la radiotélévision publique avaient proposé—qu'essentiellement, le CRTC mette les ondes en location et augmente les droits de licence, tout en offrant des rabais selon la proportion de programmation canadienne offerte. Vu le renouvellement des licences des réseaux Global et CTV ces dernières années, j'aimerais savoir si les Amis de la radiotélévision publique trouvent toujours cette proposition raisonnable et s'ils pensent qu'elle donnera des résultats comparativement à ce que l'on a obtenu de la part des réseaux privés.

M. Pitman: Je pourrais répondre d'abord et je demanderais ensuite au professeur Peers de faire ses observations.

Il s'agit d'une suggestion—d'une solution de rechange—faite au tout début par notre groupe. Elle tient compte du fait que le secteur privé de la radiodiffusion est soumis aux conditions du marché et est en droit de s'attendre à des profits, sans oublier que les ondes sont bien du domaine public et que la radiodiffusion est une activité publique.

D'après nous, cette proposition a été une solution de rechange. Si la réglementation efficace du secteur privé par l'intermédiaire du CRTC ou autrement s'avérait impossible—et les résultats n'ont pas été impressionnants depuis l'introduction de cette réglementation voilà quelques décennies—il faudrait alors envisager l'autre

[Text]

charge by means of determining how much the station is spending on Canadian programming. Very simplistically, that is the position we—

The Chairman: Which do you advocate now, sir?

Mr. Pitman: I think we have seen these as alternatives. We have applauded this committee and we have applauded the Caplan-Sauvageau committee in their determination to insist that the private sector also had a commitment to Canadian programming. To some extent we see this as the two alternatives and if this committee comes to the conclusion that it can regulate that private sector sufficiently to ensure that Canada receives a broad spectrum of Canadian programming through the private as well as the public, then we certainly would not be unhappy about that as a solution. However, we think the other is an alternative, which this committee should be following.

M. Blackburn (Jonquière): Avant de poser quelques questions sur la politique de la radiodiffusion, je voudrais parler un peu de votre organisme. Vous dites que vous avez 5,000 membres répartis dans tout le pays. Parmi ces 5,000 membres, est-ce qu'il y en a du Québec francophone?

• 1035

Mr. Pitman: We have 12,000. We have a few who are sending us money, but we have not been successful in developing an strong identity in Quebec. We have been co-operating with organizations in Quebec who have the same interests and considerations, but I would have to say that to a large extent this is an English-speaking organization.

Prof. Peers: We have not attempted to present ourselves as a fully bilingual, bicultural, fully national organization. If one looks at where our 12,000 supporters come from, one sees an even spread according to population across the country with representation from English-speaking Quebec. We have some French-speaking members, but not in proportion to population. But in other regions and other provinces, the distribution is very much a reflection of the distribution of population.

M. Blackburn (Jonquière): Dans le mémoire que vous avez présenté en février 1987, vous disiez que vous comptiez 5,000 membres, et vous parlez aujourd'hui de 12,000 membres. Est-ce dire qu'il y a eu une grosse augmentation en quelques mois?

Mr. Pitman: Over the last year, there certainly has been an extraordinary increase.

Prof. Peers: Even at the time the advertisement was published, we found that our figures were conservative. We had a more up-to-date report by the time the

[Translation]

solution, c'est-à-dire mettre les ondes publiques en location et établir les droits en fonction de ce que dépense une station titulaire d'une licence pour la programmation canadienne. Voilà un résumé très simpliste de la position que nous. . .

Le président: Laquelle adoptez-vous en ce moment, monsieur?

M. Pitman: Je pense que nous considérons tout cela comme des possibilités. Nous avons félicité ce Comité et le comité Sauvageau-Caplan pour leur désir de s'assurer que le secteur privé contribue lui aussi à la programmation canadienne. Nous nous sommes pour ainsi dire limités à ces deux solutions: si le Comité s'estimait en mesure de réglementer le secteur privé de façon à assurer aux Canadiens la disponibilité, sur les réseaux privés autant que publics, d'une gamme étendue d'émissions canadiennes, nous n'en serions pas malheureux, bien entendu. Nous estimons toutefois que le Comité ne devrait pas perdre de vue l'autre possibilité.

Mr. Blackburn (Jonquière): Before asking a few questions on broadcasting policy, I would like to learn a little about your group. You say that you have 5,000 members across Canada. Do any of these 5,000 members come from French-speaking Quebec?

M. Pitman: Au fait, nous avons 12,000 membres. Quelques-uns nous envoient des contributions, mais nous n'avons pas réussi à établir une forte présence au Québec. Même si notre groupe collabore avec certains organismes québécois qui partagent ses intérêts, je dois avouer que *grosso modo*, il est anglophone.

M. Peers: Nous n'avons pas essayé de présenter notre organisme comme étant entièrement bilingue, biculturel ou national. La distribution géographique de nos 12,000 membres est conforme à celle de la population du Canada, y compris le Québec anglophone. Nous comptons certains membres francophones, mais leur nombre ne reflète pas la proportion de francophones au sein de la population canadienne. Cependant, la répartition de nos membres dans les régions ou provinces hors Québec traduit très exactement la distribution de la population.

Mr. Blackburn (Jonquière): In the brief you submitted in February 1987, you indicated a membership of 5,000; today you mention 12,000 members. Does this mean that there has been a big increase over a few months?

M. Pitman: Effectivement, le nombre de nos membres s'est accru de façon extraordinaire depuis un an.

M. Peers: Nous estimions que nos chiffres étaient modestes même au moment de la parution de l'annonce. Même à ce moment-là, nous avons reçu un rapport plus

[Texte]

advertisement was published. The 5,000 figure was even then wrong.

M. Blackburn (Jonquière): Votre organisme est-il composé uniquement de bénévoles ou y a-t-il des permanents?

Prof. Peers: Support is on a completely voluntary basis. We have explained that we are not a charitable organization. There are no tax advantages in contributions. People have made their contributions on the basis of how intensely they feel about the broadcasting system. When members wonder how much correspondence there is on any particular issue, at the time of the application by the CBC for renewal of its radio licenses, we let our supporters know that these hearings were coming up, and 460 of them wrote individual letters to the CRTC, despite the postal difficulties at that time. I understand that the officials of the CRTC were quite amazed to get that kind of public response, but that public response will be forthcoming again and again if people think that the system is in jeopardy.

M. Blackburn (Jonquière): Ma question concerne la diminution de la qualité des émissions canadiennes. Vous en avez parlé dans votre exposé tout à l'heure, et j'aimerais que vous me donniez des précisions. Comment évaluez-vous cette diminution de la qualité des émissions canadiennes?

Prof. Peers: The letters talked mostly about radio rather than television. A good half of them were complaining about the increased number of repeats and the way that programs had been reduced in size or scope. They were fearful that the news would be more centralized than it had been. The letters were really quite specific about ways in which the program service had begun to slip.

Mr. Pitman: There has been a realization that the on-air loss in quality is something that would take place a year or two down the line. Even though the budget cuts were taking place and were well publicized, there is a general realization that the programs are made two, three years before, and that over the next two or three years there will be fewer Canadian programs, especially in the areas of the arts and the music section of the CBC. What has in fact happened there is a perfect example of that.

• 1040

M. Blackburn (Jonquière): Le service de télévision de langue anglaise de Radio-Canada a annoncé récemment son intention d'augmenter la production canadienne à 95 p. 100 pendant les heures de grande écoute, en soirée. Que pensez-vous de cela?

Prof. Peers: Well, I understand this proposal was put forward by CBC staff and endorsed by the CBC board of directors, but with the proviso that this increase would have to be recognized by the government, and that it would not all be possible if funding remained static or was cut back.

[Traduction]

à jour qui indiquait que le chiffre de 5,000 était déjà erroné.

Mr. Blackburn (Jonquière): Is your organization composed solely of volunteers or are there people on staff?

M. Peers: Tous ceux qui nous aident le font à titre bénévole. Nous avons déjà expliqué que notre groupe n'est pas une oeuvre de charité et que les contributions qu'on y fait ne donnent donc aucun droit à des avantages fiscaux. Les gens y contribuent selon l'intensité de leurs sentiments envers le système de radiodiffusion. Il arrive que nos membres se demandent quel volume de correspondance peut susciter telle ou telle question. Nous leur avons fait part de la tenue prochaine d'auditions sur la demande présentée par Radio-Canada pour le renouvellement de ses licences radio, et malgré les difficultés postales d'alors, 460 d'entre eux ont écrit au CRTC. Les dirigeants du CRTC ont été stupéfaits, semble-t-il, de cette réaction du public; mais le public aura cette même réaction chaque fois qu'il croira que le système est menacé.

Mr. Blackburn (Jonquière): My question concerns the lower quality of Canadian programs. You mentioned this problem in your brief earlier, and I would like you to be more specific. How do you evaluate this lower quality of Canadian programming?

M. Peers: Dans les lettres, il était question de la radio plutôt que de la télévision. Plus que la moitié de leurs auteurs se plaignaient de la quantité accrue des reprises et de la durée ou de la portée réduite de certaines émissions. Ils craignaient un traitement plus centralisé des nouvelles et mentionnaient des lacunes très précises dans la programmation.

M. Pitman: On s'est rendu compte qu'une diminution de la qualité des émissions ne devenait évidente qu'un ou deux ans après des coupures budgétaires. Même si ces coupures étaient bien portées à la connaissance du public, on s'est rendu compte que les émissions sont réalisées deux ou trois ans à l'avance et que dans deux ou trois ans, il y aura moins d'émissions canadiennes et surtout moins d'émissions produites par Radio-Canada sur les arts et la musique. De fait, les événements en témoignent.

Mr. Blackburn (Jonquière): The CBC English language television network recently announced its intention to increase Canadian content to 95% during evening prime time. What do you think about that?

M. Peers: Eh bien, sauf erreur, il s'agit d'une mesure proposée par le personnel de Radio-Canada et appuyée par son conseil d'administration, mais elle ne pourra être appliquée qu'à la condition que le gouvernement reconnaisse cette hausse et que son financement ne soit ni réduit ni même laissé à son niveau actuel.

[Text]

This was not only in English television. For example, they wanted to improve the quality of the *téléroman* so they could stand up against competition from dubbed English-language programs and so on with much higher budgets. They recognized that this kind of improvement in quantity and quality could not be made completely by savings on administration and so on. In other words, the cuts in administration costs, in training allowances and so on have gone about as far as they can go. And while we commend the CBC for its indication that it can increase its Canadian programming service to this extent, we are still apprehensive that this might be accomplished at the expense of the kind of back-up services they need to sustain if they are going to have programs of truly high quality.

Le président: Merci, monsieur Blackburn.

Mrs. Finestone: I really want to compliment the Friends of Public Broadcasting on the exceptional task you undertook, the role you have played in enlightening the voluntary sector of this society as to the issues. The mere fact that you got some 486 interventions to the CRTC is really quite an accomplishment, along with the 12,000 members, so *chapeau*, as they say in my world.

I would like to address something you just brought up in the discussions, I believe, with Mr. Heap, with respect to the free trade impact and advertising. If goods and services are to be opened up. . . And by the way, I want to preface this by saying that I think we have to see the fine print before we all get overexcited, and I think the minister did a fairly good job in trying to protect—certainly on the surface, it would seem—the cultural industries. It will remain to be seen whether we are going to give her the accolades after the fine print. She may not be happy herself; one never knows.

The advertising point you raised is one of great concern. To my knowledge, there are no special rules right now with respect to who can produce the advertising—or are there? If there are rules and regulations, what are they? If there are not, what should they be?

Mr. Pitman: Well, I think you are quite right—that there is some lack of understanding about what all this means in terms of the future in our free trade talks. But I think that at the present time it certainly does advantage Canadian advertisers to advertise in Canada, as opposed to—

Mrs. Finestone: No, I am not talking about Bill C-58, and I am not talking about substitution. I am talking about the manufacturing of an ad, whether it be a video clip ad, a video, or whether it be a clever ad, whatever, for a product here in Canada. Can that ad be made in the United States for application and use in Canada?

Mr. Pitman: I am not quite sure. Frank, do you know whether there is any effect of that?

Prof. Peers: My impression is that the CRTC has certain rules for deciding what is Canadian content and not Canadian content—

[Translation]

Cette hausse ne se limitait pas à la télévision de langue anglaise: on voulait aussi rehausser la qualité des téléromans pour concurrencer les versions doublées des émissions de langue anglaise dont les budgets étaient beaucoup moins importants. Radio-Canada a reconnu que des économies d'ordre administratif, par exemple, ne suffiraient pas à elles seules à assurer la quantité et la qualité voulues: les possibilités d'économie dans les frais administratifs et les indemnités de formation sont presque épuisées. Nous félicitons Radio-Canada d'affirmer qu'elle peut faire passer la programmation canadienne à ce niveau-là, alors que nous craignons que cette augmentation ne se fasse aux dépens des services auxiliaires qu'il faudra maintenir pour réaliser des émissions véritablement bonnes.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn.

Mme Finestone: Je tiens à féliciter les Amis de la radiotélévision publique du travail exceptionnel qu'ils ont entrepris et mené à bien: la sensibilisation du secteur bénévole de notre société a ces questions. Le simple fait que vous avez pu susciter 486 interventions auprès du CRTC est tout à fait méritoire, et avoir 12,000 membres est remarquable. Alors chapeau, comme on dit chez nous.

J'aimerais me pencher sur l'effet du libre-échange sur la réalisation des annonces publicitaires. C'est une question que vous discutiez avec M. Heap, je crois. Si on devait libéraliser le commerce des biens et des services. . . A propos, en guise d'introduction, je tiens à dire qu'à mon avis il faut connaître les détails de l'accord avant de s'emporter; en apparence, au moins, la ministre a bien essayé de faire protéger les industries de la culture. Il reste à voir si on la félicitera après avoir pris connaissance des détails. Sait-on jamais: il se peut qu'elle n'en soit pas satisfaite elle-même.

La question de la réalisation des annonces que vous avez soulevée nous préoccupe beaucoup. A ma connaissance, aucun règlement ne régit les réalisateurs des annonces. Est-ce que je me trompe? S'il existe de tels règlements, quels sont-ils? Sinon, que nous faut-il?

M. Pitman: Eh bien, vous avez entièrement raison—les retombées futures de ces négociations de libre-échange ne sont pas bien comprises. Cependant, pour le moment, il est évidemment dans l'intérêt des annonceurs canadiens de faire de la publicité au Canada et non de. . .

Mme Finestone: Non, je ne fais pas allusion au projet de loi C-58 ni à la substitution. Je veux parler de la réalisation d'une annonce—soit une présentation vidéo plus ou moins courte, soit une annonce bien pensée, n'importe—pour un produit canadien. Peut-on réaliser aux Etats-Unis une annonce qui serait diffusée au Canada?

M. Pitman: Je ne sais pas au juste. Frank, savez-vous si c'est le cas?

M. Peers: Je crois que le règlement du CRTC définit la teneur canadienne: . .

[Texte]

Mrs. Finestone: Within the ad itself.

Prof. Peers: Yes, but I am not absolutely sure of that. What has happened, of course, is that the advertising agencies in Toronto and some other cities are more and more being bought out or having agreements with advertising agencies in another country. That might be a worrying concern over the long haul.

• 1045

Mrs. Finestone: My concern really would be about the income potential for Canadian artists, producers, singers, dancers, and film, etc.—all that is involved in the making of an advertisement for whatever the product might be. It is an economic disadvantage if those things are not done, if those ads are not produced here in Canada. I think we have the creative talent to do it and the intellectual capacity to produce just as exciting, in fact probably more relevant, advertising as anyone else.

So I am pleased you brought that up. I intend to pursue that within the committee about broadcast policy. Would you see that this should be within the broadcast policy purview of this committee?

Mr. Pitman: I would hope so. Here again, you use the word "cultural" industry. In many ways, of course, in the United States broadcasting and film are not seen as cultural industry; they are simply seen as industry.

Mrs. Finestone: They are entertainment.

Mr. Pitman: They are the entertainment industry, yes. But I think in Canada we have a tradition and a need to see our culture as part of our identity. In other words, we are fragile sharers of this huge continent.

We have had a cultural explosion in the last 20 or 30 years. Much of that came as a result... if you trace Stratford and Shaw, you can trace them back to the CBC. If you look at what has happened to Canadian composing and the extraordinary development of an international reputation for Canadian composers, it once again goes back to the CBC. I do not think that is part of the American tradition at all. It will be a matter of continued vigilance if we are to maintain our cultural identity through broadcasting in a continental arrangement in which it is seen not as culture but as industry.

Mrs. Finestone: That is not to say Canadians are without a sense of humour and do not appreciate entertainment in the finest sense. You just have to watch the *Air Farce* to see we are really quite good at that.

I was at the Juno awards last night, and if you ever saw burgeoning talent that was exciting, dynamic, and creative... I do not think we have to worry about that. What we have to worry about is assuring that Canadians stop bad-mouthing and start to promote our own sense of

[Traduction]

Mme Finestone: La teneur de l'annonce même.

M. Peers: C'est cela; mais je n'en suis pas absolument certain. Ce qui se passe, naturellement, c'est que les agences de publicité de Toronto et de certaines autres villes se font de plus en plus souvent racheter ou passent des ententes avec des agences de publicité étrangères. Cela risque d'être inquiétant à long terme.

Mme Finestone: Je m'inquiète surtout pour le revenu des artistes canadiens, des réalisateurs, des chanteurs, des danseurs, des cinéastes, etc.—tout ce qui intervient dans la réalisation d'une annonce publicitaire quelle qu'elle soit. Si tout cela se ne fait pas au Canada, nous sommes désavantagés sur le plan économique. Je crois que nous avons la créativité et les facultés intellectuelles voulues pour réaliser quelque chose d'aussi passionnant et probablement de plus pertinent que n'importe qui d'autre.

Vous avez donc bien fait de soulever la question. J'y reviendrai en comité à propos de la politique de la radiodiffusion. Vous pensez que c'est quelque chose dont le Comité devrait s'occuper dans le cadre de la politique de la radiodiffusion?

M. Pitman: Ce serait souhaitable. Vous parlez là encore d'industrie «culturelle». Évidemment, aux États-Unis, la radiodiffusion et le cinéma sont bien souvent conçus comme une industrie, et non comme une industrie culturelle.

Mme Finestone: Ce sont des loisirs.

M. Pitman: Oui, c'est l'industrie des loisirs. Mais je crois que nous avons au Canada une tradition culturelle et nous voulons que notre culture fasse partie de notre identité. Autrement dit, nous occupons une place fragile dans cet énorme continent.

Depuis 20 ou 30 ans, nous avons connu une véritable explosion culturelle. C'est principalement le résultat... Si vous retracer l'histoire du festival de Stratford et du Shaw Festival, vous remonterez jusqu'à Radio-Canada. Si vous prenez les compositeurs canadiens, le développement extraordinaire de la réputation internationale des compositeurs canadiens, là aussi vous allez remonter à Radio-Canada. Cela n'a rien à voir avec la tradition américaine. Il va donc falloir rester très vigilant si nous voulons préserver notre identité culturelle sur les ondes dans le cadre d'une entente continentale qui n'a que faire de la culture et se préoccupe uniquement de l'industrie.

Mme Finestone: Ce qui ne signifie pas que les Canadiens n'aient pas le sens de l'humour et n'apprécient pas les divertissements de qualité. *Air Farce* en est un parfait exemple.

J'ai assisté à la remise des prix Juno hier soir, et je dois vous dire que, quand on voit une telle floraison de talents passionnants, dynamiques et créateurs... on n'a pas d'inquiétude à se faire. Ce qu'il faut, c'est inciter les Canadiens à cesser de critiquer et promouvoir au

[Text]

self. I have the uncomfortable and uneasy feeling these "cultural industries", as we care to call them, which are truly an expression of ourselves as Canadians, are going to be the one linchpin that is going to hold us together.

I would like to pursue that advertising question. I would like to pursue the fact that perhaps we have to have a greater emphasis on the role that can play.

Talking about incentives, how do you test the sense of things? How do you get in touch with your members? That reminds me. Please send me the list for Montreal, and Mount Royal in particular. But Telefilm and the production of Canadian content, capital cost allowance cuts and their impact on Canadian film, the potential for the sales tax and its implication for Canadian content... how are you going to test what your members think? How are you going to get the feedback in here? You are really a very important pulse in our society.

The Chairman: Mrs. Finestone, I regret I am going to have to ask the witnesses to respond to that question in writing, because our time has run out. There may be other questions we will forward for response.

Mr. Pitman, we are particularly pleased to see you, as a former Member of Parliament. We know you are unique in Canadian political history, in that I think you were the only member of the NEW Party to have ever served in the Parliament of Canada. We thank you too, Prof. Peers.

The document that has been circulated, colleagues, called *Renting the Public Airwaves*, I believe is of a previous date.

Mr. Pitman: That is right.

The Chairman: We thank you for that. That is 1986, is it, Mr. Pitman?

Mr. Pitman: That is right. I had that passed around, Mr. Chairman, because you had brought that up in discussion, and we did want you to know what our position has been in the past.

• 1050

The Chairman: We will now call witnesses from the Canadian Association for Adult Education. We are particularly pleased to welcome a member of the board of directors, a distinguished Canadian, of the Canadian Association for Adult Education, the Right Reverend Lois Wilson, former Moderator of the United Church of Canada; and she is accompanied by Mr. Ian Morrison, the executive director. You are most welcome. We have half an hour. Please proceed with your presentation, and then we will fire questions at you.

Mr. Ian Morrison (Executive Director, Canadian Association for Adult Education): Thank you, Mr.

[Translation]

contraire notre identité. J'ai la désagréable et pénible impression que ces «industries culturelles», comme nous les appelons, qui sont véritablement l'expression de notre identité de Canadien, vont devenir notre unique dénominateur commun.

Toujours à propos de la question de la publicité, nous devrions peut-être insister plus sur le rôle qu'elle peut jouer.

À propos de stimulants, comment prenez-vous le pouls de la situation? Comment contactez-vous vos membres? Au fait, pourriez-vous m'envoyer la liste de ces membres à Montréal, et à Mount Royal en particulier. Mais sur la question de Téléfilm et de la réalisation d'un contenu canadien, la question des coupures de la déduction pour amortissement et de leur répercussion sur le cinéma canadien, la question de la taxe de vente et de ses répercussions éventuelles sur le contenu canadien... Comment allez-vous pouvoir sonder vos membres? Comment allez-vous nous informer de tout cela? Vous êtes vraiment un important baromètre de notre société.

Le président: Madame Finestone, nous allons malheureusement devoir demander aux témoins de répondre par écrit à cette question, car nous sommes victimes de l'heure. Nous allons peut-être demander d'ailleurs d'autres réponses par écrit.

Monsieur Pitman, nous sommes particulièrement heureux de vous rencontrer puisque vous êtes un ancien député. Vous occupez une place unique dans l'histoire politique du Canada, puisque vous êtes, je crois, le seul membre du parti NEW à jamais avoir été élu au Parlement canadien. Bienvenue à vous aussi, M. Peers.

Je crois que le document qui a été distribué, intitulé *Renting the Public Airwaves*, date déjà d'il y a quelque temps.

M. Pitman: C'est vrai.

Le président: Merci. Il date de 1986, c'est bien cela, monsieur Pitman?

M. Pitman: Oui. Je l'ai fait distribuer parce que vous en aviez parlé, monsieur le président, et que nous voulions vous donner un aperçu de nos antécédents.

Le président: Nous accueillons maintenant les témoins de la *Canadian Association for Adult Education*. Nous sommes particulièrement heureux d'accueillir une personnalité canadienne, membre du conseil d'administration de la *Canadian Association for Adult Education*, la très révérende Lois Wilson, ancienne présidente de l'Eglise unie du Canada, qui est accompagnée de M. Ian Morrison, directeur exécutif. Je vous souhaite la bienvenue. Nous avons une heure. Vous pouvez faire votre exposé, et ensuite nous passerons aux questions.

M. Ian Morrison (directeur exécutif, Canadian Association for Adult Education): Merci monsieur le

[Texte]

Chairman, members of the committee. I would like to say by way of introduction that you are aware from our preceding testimony before the committee that this association has had an interest in broadcasting policy since 1935 when we were created around a lobby to persuade Parliament to create a Canadian broadcasting corporation. So our interest is heartfelt and long-lasting in questions of Canadian broadcasting. I want also to reveal for the record that we are among the closest friends of the Friends of Public Broadcasting: I do not think that is a secret from you in any sense.

The Chairman: There may even be an overlap of personas.

Mr. Morrison: Yes, but not *persona non grata*, I hope.

Dr. Wilson will present a brief statement, which, in line with your rules, is five minutes, and I will be available to assist her in responding to any questions from the committee.

The Right Reverend Lois Wilson (Member, Board of Directors, Canadian Association for Adult Education): Thank you. You have the brief before you, and I will read it.

The Canadian Association for Adult Education welcomes this second opportunity to appear before the committee. As you know, the following introductory comments are supplementary to our three previous submissions, dated January 30, March 11, and March 17, all of 1987.

We commend the committee for the careful attention it has given to the recommendations of the federal Task Force on Broadcasting Policy, and its measured response. CAAE congratulates the committee on its excellent recommendations to Parliament concerning a new Broadcasting Act, including the executive organization of the Canadian Broadcasting Corporation. We are particularly heartened by the committee's re-affirmation of "the public character of broadcasting frequencies" and its insistence that the act provide "a basis for strengthening Canadian programming".

We are also gratified to note that members of the committee subscribe unanimously to the principle that all broadcasting undertakings are part of a composite system, and that all licensees should be regarded as trustees for the Canadian public. These are principles that have been enshrined in Canadian legislation since 1932 and have received the assent of all political parties since that time. We believe their unanimous re-affirmation is an important public service.

As Canada's national program service, the CBC must have a central role in assuring that Canadians have a truly Canadian broadcasting system. As a service supported primarily by Canadian taxpayers, most of CBC's programs should be in the mainstream so that all Canadians have a chance to benefit. But at the same time it can present

[Traduction]

président et mesdames et messieurs les députés. Je commencerai par dire, comme notre précédent témoignage vous l'a appris, que notre association s'intéresse à la politique de la radiodiffusion depuis 1935, date à laquelle elle a été créée dans le cadre d'un effort de pression pour inciter le Parlement à créer une société canadienne de radiodiffusion. Nous nous intéressons donc du fond du coeur et depuis longtemps à la radiodiffusion au Canada. Je tiens aussi à souligner que nous sommes parmi les meilleurs amis des Amis de la radiotélévision publique. Je pense que ce n'est nullement un secret pour vous.

Le président: Il y a même peut-être un chevauchement de «persona».

M. Morrison: Oui, mais non pas de *persona non grata* je l'espère.

Madame Wilson va vous faire un bref exposé de cinq minutes, conformément à vos instructions, et je pourrai l'aider à répondre à vos questions.

La très révérende Lois Wilson (membre du conseil d'administration, Canadian Association for Adult Education): Merci. Vous avez déjà notre mémoire, que je vais vous lire.

La *Canadian Association for Adult Education* est heureuse d'avoir une deuxième fois la possibilité de témoigner devant votre Comité. Comme vous le savez, ces quelques remarques préliminaires viennent compléter nos trois précédentes interventions en date du 30 janvier, du 11 mars et du 17 mars 1987.

Nous tenons à féliciter le Comité pour toute l'attention qu'il a accordé aux recommandations du groupe de travail fédéral sur la politique de la radiodiffusion et pour la modération de sa réaction. La CAAE félicite le Comité des excellentes recommandations qu'il a adressées au Parlement au sujet d'une nouvelle loi sur la radiodiffusion, et notamment à propos de l'organisation de la direction de la Société Radio-Canada. Nous nous réjouissons particulièrement de voir le Comité réaffirmer le caractère public des fréquences de radiodiffusion et insister pour que la loi serve à renforcer la programmation canadienne.

Nous sommes aussi heureux de constater que les membres du Comité souscrivent tous au principe de l'appartenance de toutes les entreprises de radiodiffusion à un système d'ensemble et du caractère de mandataire du public canadien que doivent avoir tous les titulaires de licence. Ce sont des principes sacro-saints de la législation canadienne depuis 1932, qui ont reçu l'aval de tous les partis politiques depuis. Nous estimons qu'il est important pour le bien public de les réaffirmer de façon unanime.

En tant que réseau national, Radio-Canada doit contribuer au premier chef à donner aux Canadiens un authentique réseau de radiodiffusion canadienne. Comme c'est un service financé essentiellement par les contribuables, la majeure partie des émissions de Radio-Canada devraient avoir une portée générale pour

[Text]

some programs of interest to more specialized audiences, thus giving each of us a chance to grow and to develop interests and tastes we may not as yet have realized.

All public inquiries, from Massey to Fowler to Caplan-Sauvageau, have recognized that in order to do its job well the CBC must have adequate financial support, and just as importantly that its funding should be predictable and secure over a period of three to five years.

In the private sector, the rapid pace of ownership concentration in all facets of the broadcasting system—radio, television stations and networks, cable, and a "superstation" service transmitted by satellite—suggests to us that Parliament should mandate the CRTC to prevent effective control of the broadcasting system from falling into too few hands. The committee may have noticed that available data does not facilitate a full understanding of the phenomenon of ownership concentration. Parliament should also require the regulatory body to assemble, to analyse, and to report regularly on this subject.

To assist in redressing the imbalance of American over Canadian programs within the Canadian broadcasting system, Caplan-Sauvageau proposed that a new non-commercial satellite-to-cable television service in the public sector should be established. This recommendation, or what the task force labelled TVCanada/Tele-Canada, was the most innovative among all the task force recommendations, and has been endorsed, as committee members will recall, by the Minister of Communications.

• 1055

One such application was made before the CRTC in its August hearings on specialty television services. If, for any reason, the CRTC chooses not to grant a licence to those making that application, the need for such a service will nonetheless persist. It is of course important that any agency undertaking a service of this nature be properly financed and solidly constituted.

So we ask the committee to monitor this emerging situation carefully, and especially if more positive action appears to be needed from the government to bring about the desired result to make the necessary recommendations. Such action would represent an important public service on the part of the committee.

Thank you. That completes the brief.

The Chairman: Thank you, Dr. Wilson. I just wanted to comment on item 8, the window remaining open for a TVCanada application should the current one not be accepted by the CRTC. We made a strong recommendation that this window be left open through a price elasticity formula in our fifth report in April of this year. I think you will be pleased to note that the Minister

[Translation]

s'adresser au grand public. Cela ne doit pas l'empêcher de présenter des émissions intéressant des publics plus restreints, et de nous permettre ainsi à tous de nous découvrir des goûts et des intérêts inconnus jusque-là.

Toutes les commissions d'enquête, de Massey à Caplan-Sauvageau en passant par Fowler, ont souligné que, pour faire son travail correctement, Radio-Canada devrait avoir un appui financier suffisant, et qu'il était tout aussi important que son financement soit prévisible et garanti sur des périodes de trois à cinq ans.

Au vu de la rapide concentration de la propriété de tous les aspects de la radiodiffusion dans le secteur privé—la radio, les chaînes et les réseaux de télévision, le câble est une «superstation» retransmise par satellite—nous pensons que le Parlement devrait charger le CRTC d'éviter une concentration de la radiodiffusion entre les mains de quelques individus. Le Comité a peut-être déjà constaté qu'il n'est pas facile de se faire une idée exacte du phénomène de la concentration de la propriété avec les informations dont on dispose actuellement. Le Parlement devrait aussi charger cet organisme de réglementation de rassembler et d'analyser ces informations et de présenter régulièrement un rapport sur la question.

Pour remédier au déséquilibre des émissions américaines et canadiennes sur les réseaux canadiens, Caplan-Sauvageau propose la création d'un nouveau service non commercial de télévision satellite-câble dans le secteur public. Cette recommandation, ou ce que le groupe de travail a intitulé TVCanada/Télé-Canada, est la plus originale de ce groupe de travail, et a reçu l'aval, comme les membres du Comité s'en souviennent, du ministre des Communications.

Une demande de ce genre a été présentée au CRTC lors de ses audiences d'août sur les services de télévision spécialisés. Si pour une raison quelconque le CRTC choisissait de ne pas octroyer une licence à ceux qui présentent cette demande, le besoin d'un tel service demeurerait néanmoins. Il est évidemment important que l'organisation qui souhaiterait proposer un tel service soit correctement financée et solidement constituée.

Nous invitons donc le Comité à surveiller de près cette situation, notamment s'il semble nécessaire que le gouvernement intervienne de façon plus positive pour parvenir au résultat souhaité et formuler les recommandations voulues. C'est un important service public que rendrait alors le Comité.

C'est tout pour notre mémoire. Merci.

Le président: Merci, madame Wilson. J'aimerais faire une remarque au sujet du point 8, le créneau qui resterait ouvert pour une demande de TVCanada si la demande actuelle n'est pas acceptée par le CRTC. Nous avons fortement recommandé le maintien de ce créneau avec une formule d'élasticité des prix dans notre cinquième rapport en avril dernier. Vous constaterez avec plaisir que

[Texte]

endorsed that view when she appeared before this committee on September 22.

To begin the questioning, Mr. Heap.

Mr. Heap: In your third item you not surprisingly support the principle that all licensees should be regarded as trustees for the Canadian public. I notice that not all witnesses seem to agree with you. The CTV brief specifically disagrees and says that they do not agree that persons authorized to use radio frequencies should be trustees per se. But they feel

They should be responsible to the Canadian public pursuant to their obligations arising out of adherence to the Broadcasting Act, conditions of licence, the general regulations of the CRTC and the Orders of Governor in Council as may pertain.

And they go on to warn that

To establish a concept of trusteeship in the act would be to invite unforeseen results based on common law trust principles which are beyond the control or contemplation of the government or the CRTC.

I am sure you are very expert in this debate, between the view you have expressed and the view that the CRTC expresses. What is your response to their objection to the view of trusteeship?

Mr. Morrison: I suppose we should declare a conflict of interest because we are members of the public. But CTV possibly has an interest that it needs to pursue as well. However, I think it is quite clear, from a reading of not just this Broadcasting Act but broadcasting legislation going back 20 years before the creation of television, that the trusteeship relationship does exist. There may be a question of legal terminology around the definition of trustee, but in the understanding of the vast majority of the audience that the CTV network would have, they are trustees to the Canadian public. Quite clearly they are responsible as part of a composite system for what they put on the air as trustees, in using a public resource for their private purposes. I would assume that the committee would be unanimous in reaffirming that trustee relationship.

Mr. Heap: Thank you. I believe there are a number of provinces that do not have provincial educational TV services. I am wondering what comments or suggestions you wish to make with regard to the principle that as far as possible, wherever people live in Canada, the services of educational TV ought to be available. Do you have conversations with other provinces in this matter, and do you have recommendations for the federal responsibility in educational TV services across Canada?

[Traduction]

la ministre a approuvé ce point de vue lorsqu'elle a comparu devant notre Comité le 22 septembre.

M. Heap va attaquer les questions.

M. Heap: À votre troisième point, vous vous déclarez, ce qui n'est pas étonnant, favorable au principe consistant à considérer tous les titulaires de licence comme des mandataires du public canadien. Je constate que les témoins ne sont pas tous d'accord avec vous. Dans leur mémoire, les représentant de CTV ne sont pas d'accord et disent que les personnes autorisées à utiliser des fréquences radio ne devraient pas être considérées comme des mandataires en soi. Ils estiment cependant

que ces derniers devraient être responsables devant le public canadien conformément à leurs obligations en vertu de la Loi sur la radiodiffusion, des conditions d'octroi de la licence, de la réglementation d'ensemble du CRTC et des décrets pertinents du gouverneur en conseil.

Ils ajoutent que:

L'intégration de la notion de fiducie dans la loi serait la porte ouverte à des résultats imprévus à partir des principes de fiducie de la common law auxquels le gouvernement ou le CRTC n'ont pas pensé et sur lesquels il n'ont pas de pouvoir.

Vous êtes certainement un expert sur ce sujet, étant donné le point de vue que vous avez exprimé et le point de vue du CRTC. Quelle est votre réponse à cette objection au statut de mandataire?

M. Morrison: J'imagine que nous devrions nous déclarer en situation de conflit d'intérêts puisque nous appartenons au public. Mais CTV a peut-être aussi ses intérêts à promouvoir. Je crois cependant qu'il est parfaitement clair, si l'on lit non seulement la Loi actuelle sur la radiodiffusion, mais les précédentes lois remontant à 20 ans avant la création de la télévision, que ce rapport de fiducie existe effectivement. On peut peut-être discuter des acceptions juridiques de cette notion de mandataire ou de fidéicommissaire, mais la grande majorité des téléspectateurs canadiens considèrent CTV comme leur mandataire. Ils sont manifestement responsables des émissions qu'ils diffusent en tant que fiduciaire dans le cadre d'un système global, dans la mesure où ils se servent d'une ressource publique à des fins privées. J'imagine que le Comité doit être d'accord à l'unanimité pour réaffirmer ce principe de fiducie.

M. Heap: Merci. Je crois qu'un certain nombre de provinces n'ont pas encore de services de télévision éducative. Que pensez-vous du principe que dans toute la mesure du possible, partout au Canada, le public doit pouvoir bénéficier d'un service de télévision éducative? Avez-vous eu des contacts avec les autres provinces à ce sujet, et avez-vous des recommandations à faire à ce sujet au niveau fédéral?

[Text]

[Translation]

• 1100

Mr. Morrison: Mr. Heap, this relates to the comment of Dr. Wilson about TV Canada very closely. It also relates to a phenomenon that we as interested observers saw this morning in the testimony of the Minister from Ontario to your committee. It is a concern of a Canadian organization like the CAAE about the inequality of access to Canadian programming and particularly to programming that focuses on the enlightenment aspect of the obligations of the Canadian broadcasting system.

It is true that there are effectively educational programs in the French language in all provinces through a series of ad hoc arrangements, but the quality and quantity and the language of provision vary greatly.

One of the reasons we saw TVCanada as an important proposal—and as Dr. Wilson has said, an innovative proposal, the most innovative of Caplan-Savageau, not necessarily the most important but the most innovative—is that we saw this as an opportunity for a sharing with Canadian audiences of product that is produced in individual provinces. We were greatly disheartened by the incapacity of those licensees to see the bigger picture and by their unwillingness to come forward as a consortium in order to provide some type of service of this nature.

The second comment, however, is to remind you—and this is a matter of concern to us—that these licensees like the Canadian Broadcasting Corporation are public and not state broadcasters. It seems to us inappropriate that, for example, the Ontario government would appear before you to answer what amounts to a broadcasting policy in programming decisions on behalf of TVOntario. The arm's-length relationship and the board of directors principle applies in these organizations as it does to the national public broadcaster. It is a matter of some concern that the issue appeared to be blurred this morning.

I bring up two points in response: the question of equity and also the question of the arm's-length relationship. We do not want governments in this country controlling what goes on the air.

Mr. Gormley: I have only one question, but I would like to explore it at some length. You were talking about arm's length; maybe this question has to do with hands. On one hand, we say in item 4 that most of CBC's programs should be in the mainstream; on the other hand, it can present some programs of interest to a more specialized audience. I would like to sound you out on your vision of the CBC with respect to a popular appeal versus what some may call a more elitist approach. Could you provide the committee with perhaps a more clarified or distinct notion? Should there be a percentage? Should the CBC appeal to mainstream programming 70% or 80% of the time? How do we break it down?

Dr. Wilson: I am not going to present a percentage.

M. Morrison: Monsieur Heap, cela rejoint tout à fait la remarque de M^{me} Wilson à propos de TVCanada. Cela rejoint aussi un phénomène que nous avons constaté avec intérêt en écoutant le témoignage du ministre de l'Ontario ce matin. Une organisation comme la CAAE se préoccupe de l'inégalité d'accès à des émissions canadiennes, en particulier des émissions axées sur la fonction éducative du réseau de radiodiffusion canadien.

Il est vrai que grâce à un certain nombre d'arrangements ponctuels, toutes les provinces bénéficient de programmes éducatifs en français, mais que la qualité et la quantité de ces émissions varient considérablement.

Nous avons considéré Télé-Canada comme une proposition importante, et comme l'a dit M^{me} Wilson, une proposition novatrice, la plus novatrice de tout le Sauvageau-Caplan, peut-être pas la plus importante, mais la plus novatrice, parce que cela nous a semblé être le moyen de faire partager à tous le Canada des émissions réalisées dans des provinces. Nous avons été profondément déçus de constater que ces titulaires de licence n'avaient pas cette vision globale et ne voulaient pas se constituer en consortium pour fournir ce genre de service.

En deuxième lieu, je souhaite toutefois vous rappeler, et c'est quelque chose qui nous préoccupe, que ces titulaires de licence comme la Société Radio-Canada sont des radiodiffuseurs publics et non pas d'État. Il nous semble anormal que, par exemple, le gouvernement de l'Ontario compare devant vous pour présenter une sorte de politique de la radiodiffusion appliquée aux décisions de TVOntario. Le rapport sans lien de dépendance et le principe du conseil d'administration s'appliquent à ces organisations comme à la Société nationale. Nous sommes préoccupés de voir que la question semble quelque peu escamotée ce matin.

Je propose donc deux réponses: la question de l'équité et la question du rapport sans lien de dépendance. Nous ne tenons pas à ce que les gouvernements de notre pays contrôlent les émissions diffusées sur les ondes.

M. Gormley: Je n'ai qu'une question, mais j'aimerais l'approfondir. Vous parlez de rapport sans liens de dépendance; ma question porte sur un détail de ce point. D'une part vous dites au point 4, que la majorité des émissions de Radio-Canada devraient s'adresser au grand public. D'un autre côté, la Société peut présenter des émissions intéressant un public plus spécialisé. J'aimerais savoir comment vous concevez ce partage de Radio-Canada entre le grand public et ce qu'on pourrait appeler un public plus élitiste. Pourriez-vous nous préciser un peu cette notion? Devrait-il y avoir un pourcentage? Radio-Canada devrait-elle s'adresser au grand public 70 ou 80 ou 90 p. 100 du temps? Comment faire le découpage?

Mme Wilson: Je ne vais pas vous donner un pourcentage.

[Texte]

Mr. Gormley: I knew you would not.

Dr. Wilson: The point we are trying to make is that CBC, because it has a national capability, has to and must present mainstream in order to involve Canadians, in order to have some sense of what it means to be a Canadian and in order to have that kind of involvement. Because we are such a diverse lot and the whole concept of regionalism is very strong in our country, there has to be again some very strong complementary programs of regional interest, which could then be shared with the rest of the country.

Mr. Gormley: I ask this, Dr. Wilson, because of its impact on advertising, for example. The CBC is becoming more reliant on advertising. If it is indeed presenting a mainstream type of programming, this would make advertising a good idea. What do we lose if advertising becomes too good an idea and if mainstream programming becomes too good an idea? This is what I am trying to explore.

Dr. Wilson: Just before Ian speaks to this, I just got back from Newfoundland yesterday. I was really surprised. Some of the people are still talking about how they did not have a vote when they joined Canada. It is still another country and it is still away or we are away or something.

Mrs. Finestone: It is a distinct society.

• 1105

Dr. Wilson: Oh, "distinct" is putting it mildly.

So the mainstream function is extremely important, as well as the distinctive regional programming so the rest of Canada understands what Newfoundland is talking about when they hear these things.

Mr. Morrison: To pursue the point further, the private broadcaster will probably never be in a position to cater to minoritarian interests, at least to any great extent. The national public broadcaster, because of the funding from Parliament and its mandate, has to cater, as we say here, to the broad interest.

I would not accept for a minute—but it is another question—this popular and elite distinction being applicable. But the national public broadcaster, the CBC, does have the capacity—it demonstrates this more on radio than on television—to cater to minoritarian interests to an extent. It is a question of balance.

• 1110

However, this brings up the specialized television services and it reinforces the importance. I think the report you are studying, Caplan-Sauvageau, made the case quite eloquently for the TV Canada concept as being not audience driven but rather content driven as a service and—

Mr. Gormley: So should the CBC therefore be audience driven as a complementary relationship, if we

[Traduction]

M. Gormley: Je m'en doutais bien.

Mme Wilson: Nous essayons de dire que Radio-Canada, vu sa vocation nationale, doit s'adresser au grand public pour intégrer les Canadiens et leur donner ce sentiment d'appartenance à la nation canadienne. Étant donné notre diversité ethnique et la force de la nation régionalisme dans notre pays, il faut que cela soit complété par des émissions d'intérêt régional qui pourraient être partagées d'ailleurs avec le reste du pays.

M. Gormley: Je vous pose cette question, madame Wilson, à cause de ses répercussions sur le plan de la publicité par exemple. Radio-Canada compte de plus en plus sur la publicité. Si elle s'oriente vers le grand public, la publicité devient une idée intéressante. Mais qu'allons-nous perdre si la publicité devient trop intéressante et si les émissions destinées au grand public deviennent trop attrayantes? C'est cela que j'essaie de comprendre.

Mme Wilson: Avant de laisser parler Ian, je voudrais vous dire que je suis revenue hier de Terre-Neuve, et que j'ai été vraiment étonnée là-bas. Il y a des gens qui se plaignent encore de ne pas avoir pu voter quand leur province s'est jointe au reste du Canada. C'est encore un pays différent, ce sont des gens qui sont encore loin de nous, ou nous qui sommes loin d'eux.

Mme Finestone: C'est une société distincte.

Mme Wilson: Oh, «distinct», c'est peu dire.

Donc, la fonction de desservir la grande collectivité est extrêmement importante, ainsi que la programmation régionale distinctive qui permet aux autres Canadiens de comprendre ce dont les Terre-Neuviens parlent.

M. Morrison: Qui plus est, les radiodiffuseurs ne seront probablement jamais en mesure de desservir les minorités, au moins dans une large mesure. Le radiodiffuseur public national, parce qu'il est financé par le Parlement et en vertu de son mandat, doit desservir les intérêts de tout le monde.

Je n'accepte pas—même si c'est une autre question—que cette distinction entre le populo et l'élite s'applique. Mais le radiodiffuseur public national, Radio-Canada, a la capacité de desservir les intérêts minoritaires dans une certaine mesure; il le fait plus à la radio qu'à la télévision. C'est une question d'équilibre.

Cependant, cela fait penser aux services spécialisés de télévision et souligne leur importance. Je pense que le rapport Caplan-Sauvageau, que vous étudiez, dit éloquentement que Télé-Canada doit fournir un certain service et non pas répondre simplement aux demandes de l'auditoire. . .

M. Gormley: Est-ce que Radio-Canada doit répondre aux demandes de l'auditoire, donc, pour servir de

[Text]

the state are involved to a significant extent in funding these measures?

Mr. Morrison: Well, it is a question of degree on advertising. As you know, the CBC dominates the Canadian electronic and print advertising industry. It is by far the largest player, and that presumably is a decision that Parliament made implicitly many years ago. Without getting into the question of their degree of reliance on advertising revenue, it is clearly important that they cater to mainstream Canadian interests. So our concern is that all sectors of the broadcasting industry are increasingly responding to the requirement from public policy that they present Canadians to Canadians. And I associate with Dr. Wilson's comment about the cultures that constitute this country.

Mr. Gormley: Thank you.

The Chairman: Thank you, Mr. Morrison and Mr. Gormley. We now move on to our third questioner.

M. Blackburn (Jonquière): Je voudrais remercier nos témoins d'être venus nous rencontrer ce matin. Je veux revenir à l'une de vos recommandations concernant Télé-Canada.

Vous voyez Télé-Canada de façon positive, puisque qu'on pourrait présenter des émissions éducatives, des émissions de l'Office national du film et autres sur ce canal. Également, vous dites qu'il est important que les budgets de Radio-Canada soient augmentés pour qu'il y ait davantage de production canadienne et pour assurer une meilleure diffusion et une meilleure qualité.

Je conçois qu'il puisse être souhaitable de réaliser ce projet de Télé-Canada, de produire des émissions de meilleure qualité, de faire davantage de production canadienne, mais tout cela coûte passablement cher. Vous êtes-vous penchés sur cette question? Dans quelle mesure le Canadien pourra-t-il assumer les coûts d'une augmentation du budget de Radio-Canada et d'une nouvelle chaîne comme Télé-Canada?

Mr. Morrison: Mr. Blackburn, thank you for the question. It seems to me a preceding witness, Walter Pitman, spoke about the cost of maintaining a country and the cost of not maintaining a country. Also Mr. Peers, you will recall, was speaking about the public investment in terms of its purchasing power over the years.

What in fact has concerned many of us greatly is not the need for new resources for public broadcasting in this country but the maintenance of existing resources. Early in the 1980s, under the preceding government, a number of measures were taken at a time when broadcasting undertakings were experiencing inflation rates higher than the national inflation rates. At that time the amounts of funds available to them were being diminished. This has increased greatly in the absence of any policy decisions under the current government. So even if the share of the national resources that existed four to five

[Translation]

complément, si l'État doit financer ces mesures en grande partie?

M. Morrison: Eh bien, cela dépend de la publicité, dans une certaine mesure. Comme vous le savez, Radio-Canada domine l'industrie de la publicité électronique et écrite au Canada. Elle est de loin le principal joueur; on peut supposer que le Parlement en a décidé ainsi implicitement il y a de nombreuses années. Sans parler du besoin plus ou moins grand qu'a Radio-Canada de revenus de publicité, il est manifestement important qu'elle desserve les intérêts des Canadiens dans leur ensemble. Donc, nous voulons que tous les secteurs de l'industrie de la radiodiffusion répondent de plus en plus à l'exigence de présenter les Canadiens les uns aux autres. Et je me rallie à l'observation de M^{me} Wilson au sujet des cultures qui composent ce pays.

M. Gormley: Merci.

Le président: Merci, messieurs Morrison et Gormley. Nous passons maintenant au troisième intervenant.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would like to thank our witnesses for coming to meet us this morning. I wish to come back to one of your recommendations on TV Canada.

You see TV Canada positively, because educational programs, National Film Board productions and other things could be shown on this channel. You also say that it is important to increase the CBC's budget in order to have more Canadian production, greater distribution and better quality.

I can see that it may be desirable to set up TV Canada, to produce programs of better quality, to have more Canadian production, but all this is quite expensive. Have you dealt with this question? Will Canadians be able to afford the CBC and a new network like TV Canada?

M. Morrison: Monsieur Blackburn, merci de la question. Il me semble qu'un témoin précédent, M. Walter Pitman, en a parlé: la préservation d'un pays coûte cher, mais sa dissolution aussi. Par ailleurs, monsieur Peers, vous vous en souviendrez, parlait du pouvoir d'achat de l'investissement public dans la radiodiffusion au fil des ans.

Ce qui préoccupe beaucoup plusieurs d'entre nous, ce n'est pas la nécessité d'obtenir des ressources additionnelles pour la radiodiffusion publique au pays, mais de maintenir celles qui existent. Au début des années 80, le gouvernement précédent a pris plusieurs mesures en même temps que les entreprises de radiodiffusion connaissaient des taux d'inflation plus élevés que la moyenne nationale. À cette époque, on réduisait les fonds dont elles disposaient. Ce problème s'est beaucoup aggravé puisque le gouvernement actuel n'a pas pris de décision. Même si on maintenait seulement la part du

[Texte]

years ago were maintained, much of the pressure on public resources would be reduced.

I would like to remind you that the proposal of the Caplan-Sauvageau task force with respect to TV Canada was essentially a user-pay proposal. It was satellite to cable so not all Canadians, at least initially, would receive it. It was to be something that would be available only to cable recipients and there would be a charge to the users in the range of \$1 or so per month. So, it was not the plan of the Caplan-Sauvageau task force, as you recall, to ask the taxpayer, as a taxpayer, to pay, but rather to ask the cable subscriber to pay. So I just put that on the record. However, from the point of view of the Canadian Association for Adult Education, it would be an appropriate investment of public funds to support the creation of a TV Canada concept, and I believe the Minister of Communications has been on record in principle as espousing the same view.

• 1115

Dr. Wilson: I second that. My question would not be the cost of it, but the cost of not doing it in the kind of country we have. So few things hold us together, and I think one of them is communications. As our brief outlines, the suggestion has already been made, the recommendation has been made. We think it was one of the most innovative that was made. It has been endorsed and we do not want to lose it, and we are highlighting it in this brief for purposes of communication in this country and from the point of view of adult education.

Mrs. Finestone: Welcome, Reverend Wilson and Mr. Morrison. I have to respond in the form of a question and get a comment. I was quite surprised at your observations with respect to the role of the Minister of Culture and Communications of Ontario and your view of arm's length. It strikes me that what we were discussing with this Minister was exactly what we discussed with the Minister of Communications of Canada; that is broadcast policy. We have discussed CBC, the role of the English and French sector, the role of TV Canada, which you want us to discuss. You have even quoted the Minister in that regard. We were asking this Minister. . . I specifically addressed the hearing impaired. I addressed the problems of illiteracy. We talk about *La Chaîne Française* and its availability to francophones or Quebecers across this province. These are all public policy matters, very relevant to a Minister, very pertinent to the broadcast and the receiving world. We talked about tiering of French, we talked about copyright so that the excellent programs that TVOntario is producing are available across Canada. I cannot understand, and I would like an explanation for your obvious concern about what the Minister did here this morning.

[Traduction]

budget d'il y a quatre ou cinq ans, on soulagerait en grande partie les pressions exercées sur les radiodiffuseurs publics.

Je voudrais vous rappeler que le groupe de travail Caplan-Sauvageau a proposé pour Télé-Canada, essentiellement, la vérité des prix. Il s'agit de la transmission satellite-câble; par conséquent, pas tous les Canadiens ne pourront recevoir le service, au moins au début. Le service serait offert uniquement aux abonnés du câble, et les usagers devraient payer environ 1\$ par mois. Donc, le groupe de travail Caplan-Sauvageau, vous rappelez-vous, ne proposait pas que les contribuables comme tels paient le service, mais que l'abonné du câble le paie. Je le déclare simplement aux fins du compte rendu. Cependant, du point de vue de la *Canadian Association for Adult Education*, le Trésor public devrait subventionner la création de Télé-Canada et je crois que la ministre des Communications s'est prononcée en faveur de cela en principe.

Mme Wilson: Je l'appuie. Je ne me demande pas ce qu'il coûterait de le faire; je me demande ce qu'il coûterait de ne pas le faire dans un pays comme le nôtre. Il y a si peu de choses qui nous unissent, et les communications en sont une, à mon avis. Comme on le mentionne dans notre mémoire, on a déjà fait la suggestion et la recommandation. Nous pensons que c'était une des plus innovatrices qu'on ait faites. On l'a appuyée et nous ne voulons pas la perdre et nous le signalons dans ce mémoire dans l'intérêt des communications au Canada et de l'éducation des adultes.

Mme Finestone: Bienvenue, madame Wilson et monsieur Morrison. Je dois répondre sous forme d'une question et obtenir un commentaire. J'étais très surprise par vos observations concernant le rôle de la ministre de la Culture et des Communications de l'Ontario et l'indépendance de ces organismes parapublics. Il me semble que nous avons parlé avec la ministre ontarienne des mêmes sujets dont nous avons parlé avec la ministre des Communications du Canada, à savoir la politique de radiodiffusion. Nous avons parlé de Radio-Canada, du rôle des secteurs anglais et français, du rôle de Télé-Canada, que vous voulez nous voir discuter. Vous avez même cité la ministre à cet effet. Nous demandions à la ministre ontarienne. . . J'ai parlé précisément des malentendants et de l'analphabétisme. Nous avons parlé de la chaîne française et de son accessibilité aux francophones ou aux Québécois partout dans cette province. Ce sont toutes des questions de politique publique, qui sont certainement du ressort de la ministre et qui intéressent beaucoup les radiodiffuseurs et les auditeurs. Nous avons parlé de la possibilité d'offrir différents niveaux de services en français, des droits d'auteur en vue d'offrir à travers le Canada les différentes émissions excellentes produites par TVOntario. Je ne peux pas comprendre, et je voudrais que vous m'expliquiez, pourquoi vous vous opposez aux témoignages de la ministre de ce matin.

[Text]

Mr. Morrison: The concern I expressed was not focused on the Minister; it was—

Mrs. Finestone: You specifically said “arm’s length”, Mr. Morrison.

Mr. Morrison: —also focused on the committee. The concern would be that it is very important for the public broadcaster in Ontario to appear before you and to be concerned with discussions of these issues. Is that happening later this week? Forgive me if I misunderstood. Is TVOntario going to be a witness?

The Chairman: I think they are on our list for witnesses. We will certainly be hearing them before we finish the exercise.

Mrs. Finestone: That is not the issue, Mr. Morrison. Our questions to TVOntario are obvious. I thought the question to the Minister was pertinent. I would like to know from you, if those questions are not pertinent to this Minister, are our questions pertinent to our Minister?

Mr. Morrison: I found the line of questioning to the Ontario Minister this morning to be moving into areas that would be more appropriately directed to the board of directors of TVOntario.

Mrs. Finestone: I do not share your view in that regard, because I believe these are public policy and that illiteracy is a problem for all levels of government, not just for the broadcasting industry. I think the availability of excellent programming across this land is also important with respect to whether or not copyright can be negotiated at the federal-provincial ministerial level. I would therefore suggest to you that I think our questions were not only pertinent, they were rather important.

To move on to that, the concerns you have manifested with respect to a new Broadcasting Act, if the CRTC had applied the present section 3 of the Broadcasting Act, do you feel we would still be in a position to have to really update this act to such a degree so that we meet the Canadian content criteria?

Mr. Morrison: If the CRTC had done its job, we would not be the first to say this. We would not have as many problems in broadcasting policy as we now have. The CRTC is showing signs of doing its job more effectively than in the past, but it would appear to be necessary to strengthen the mandate of the commission so the commission is under no ambiguity about the intent of Parliament. I would relate that back to the question about ownership information.

• 1120

Mrs. Finestone: Are you referring to item 6?

Mr. Morrison: Yes.

Mrs. Finestone: I wanted to deal with that. I would like you to complete your observations on the Broadcasting

[Translation]

M. Morrison: Il ne s’agit pas uniquement de la ministre; il s’agit. . .

Mme Finestone: Vous avez parlé précisément de «l’indépendance», monsieur Morrison.

M. Morrison: . . . aussi du Comité. Il est très important que le radiodiffuseur public de l’Ontario compareaisse devant vous et s’occupe des discussions de ces questions. Cela aura-t-il lieu plus tard cette semaine? Pardonnez-moi si j’ai mal compris. TVOntario témoignera-t-elle?

Le président: Je pense qu’elle figure sur notre liste de témoins. Nous la convoquerons certainement avant la fin des audiences.

Mme Finestone: Là n’est pas la question, monsieur Morrison. Les questions que nous allons poser à TVOntario, vous les connaissez. Je pensais que la question adressée à la ministre était pertinente. Je voudrais que vous me disiez une chose: si ces questions ne sont pas du ressort de la ministre ontarienne, sont-elles du ressort de la ministre canadienne?

M. Morrison: D’après moi, les questions posées à la ministre ontarienne ce matin s’adresseraient mieux au conseil d’administration de TVOntario.

Mme Finestone: Je ne partage pas votre avis à cet égard, parce que je crois que ce sont des questions d’intérêt public et que l’analphabétisme concerne tous les niveaux de gouvernement et non seulement l’industrie de la radiodiffusion. Je pense que la disponibilité d’excellentes émissions à travers le pays est importante aussi si l’on veut négocier les droits d’auteur entre ministres fédérale et provinciaux. Je vous dis donc que nos questions n’étaient pas seulement pertinentes; elles étaient assez importantes.

Passons à vos préoccupations au sujet de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion. Si le CRTC avait appliqué l’article 3 actuel de la Loi sur la radiodiffusion, croyez-vous qu’il serait toujours nécessaire de remanier la loi tellement pour répondre aux critères de contenu canadien?

M. Morrison: Si le CRTC avait fait son travail, nous ne serions pas les premiers à le dire. Nous n’aurions pas tant de problèmes au niveau de la politique de la radiodiffusion qu’actuellement. Le CRTC a l’air de faire son travail mieux que dans le passé, mais il faudrait apparemment resserrer son mandat pour lui permettre de savoir parfaitement à quoi s’en tenir sur les intentions du Parlement. À mon avis, cela rejoint la question de l’information sur la propriété.

Mme Finestone: Vous voulez parler du point 6?

M. Morrison: Oui.

Mme Finestone: J’y venais justement. Pourriez-vous compléter vos remarques sur la Loi sur la radiodiffusion,

[Texte]

Act, perhaps focusing on the fact that the CRTC has moved. Because of an absence of power direction, would you see the Broadcasting Act coming in to cover all aspects of the present bill and not come in piecemeal in the next step?

Mr. Morrison: I would favour the first alternative as opposed to a piecemeal approach.

Mrs. Finestone: I would like to turn to item 6. I appreciate it that you have brought this question forward. If there is one area in which I think our committee has not been so assiduous in its questioning, it is this particular area. I particularly appreciate what you have brought to our attention. I think your recommendation is an excellent one. I wonder if you would elaborate a little.

In a sense the cross-media ownership is one concern of mine: broadcast, television, radio, newspapers and magazines. The other is the vertical integration of cable ownership and specialty channels and programming. The third area which is somewhat aligned is access. It includes the community sector which I assume would be a burning issue to you as well. I wonder if you could generally elaborate on item 6.

The Chairman: Could you generally but precisely elaborate?

Dr. Wilson: I am not sure how precise I can be. The available data does not help us much in terms of what is happening. I think we put this in as a red flag, a thing to say to please watch this. From the point of view of the communities, it is not only access, but also how the communities will be perceived and what the interaction will be between the communication media and—

Mrs. Finestone: Are you concerned that it could be mind-forming or have a negative impact?

Dr. Wilson: It could not be in the public interest.

Mr. Morrison: The problem of the concentration of ownership is firstly a problem of information. It seems the information is there if a large enough research operation were underway to find it. Under its preceding management, the Canadian Association of Broadcasters was interested in this subject and arranged informal meetings among a number of key players, including Statistics Canada, the CRTC's research section, the research shop of the Department of Communications, the CAB and the cable industry to address these questions. Beyond merely suggesting that this is a CRTC job, the committee could ask the major players for their views on how this issue could be addressed. Our impression is that over time the concentration is increasing and we see it as an inimical to the public interest.

Mrs. Finestone: Are you suggesting there is some research and information somewhere that we may not have at our disposal now?

[Traduction]

en vous concentrant peut-être sur le fait que le CRTC a bougé. En l'absence d'une orientation des pouvoirs, pensez-vous que la Loi sur la radiodiffusion devrait couvrir tous les aspects du projet de loi actuel, et non pas intervenir progressivement dans une phase ultérieure?

M. Morrison: Je préfère la première solution plutôt qu'une intervention progressive.

Mme Finestone: Passons au point 6. Je suis heureuse que vous souleviez cette question. S'il y a un domaine sur lequel notre Comité n'a pas suffisamment insisté, c'est bien celui-là. Je vous remercie donc de le signaler. Vous présentez une excellente recommandation. Peut-être pourriez-vous aller un peu plus loin.

Je m'inquiète personnellement de la concentration de propriétés de différents types de médias: la radio, la télévision, les journaux et les revues. Il y a aussi l'intégration verticale de la propriété du câble et des chaînes ainsi que des émissions spécialisées. Il y a en troisième lieu le problème de l'alignement dans le domaine de l'accès, avec le problème du secteur communautaire qui doit aussi vous préoccuper sérieusement. Pourriez-vous nous développer d'une manière générale ce point 6?

Le président: D'une manière générale mais précise.

Mme Wilson: Je ne sais pas jusqu'à quel point je peux être précise. Les données disponibles ne nous permettent guère de nous faire une idée exacte de la situation. Je pense que nous nous contentons de signaler ce problème inquiétant. Pour les collectivités, ce n'est pas simplement un problème d'accès, mais aussi la question de savoir comment elles vont être perçues et quelles interactions il y aura entre les médias de communication et. . .

Mme Finestone: Vous avez peur que cela ait des répercussions négatives?

Mme Wilson: Ce ne serait pas dans l'intérêt public.

M. Morrison: Le problème de la concentration de la propriété est tout d'abord un problème d'information. Si l'on peut faire des recherches assez approfondies, on obtient les informations. À l'époque de sa précédente équipe de direction, l'Association canadienne des radiodiffuseurs s'est intéressée à la question et a organisé des rencontres officielles entre un certain nombre d'intervenants clés, notamment Statistique Canada, la Section de recherche du CRTC, l'équipe de recherche du ministère des Communications, l'ACR et l'industrie du câble. Au lieu de se contenter de dire que c'est l'affaire du CRTC, le Comité pourrait demander aux principaux intéressés leurs points de vue sur la question. Nous avons l'impression que la concentration se renforce et que c'est le public qui en pâtit.

Mme Finestone: Vous pensez qu'il y a des recherches et des informations dont nous ne disposons pas actuellement?

[Text]

Mr. Morrison: I am suggesting it would be applied rather than primary research. The data is within the files of the CRTC, but the capacity to cross-reference the information has not been applied.

The Chairman: Mr. Morrison and Mrs. Finestone, this is a fascinating line of questioning. There could be some follow on to pass to you. As you know, we recommended that the CRTC have some resources allocated to it to do research. Perhaps it would be the appropriate vehicle.

Do you view this concentration issue, which I think we are all concerned about, as intrinsically bad? That is, is concentration intrinsically wrong, because of course it takes with it some economies of scale and the ability, for example, to do more Canadian programming—or are you more concerned about the narrowing of news and information sources in the country?

• 1125

Dr. Wilson: I think those two may go together.

The Chairman: Yet you support the CBC's bid for an all-news channel.

Dr. Wilson: Yes.

The Chairman: Is there not a contradiction there?

Dr. Wilson: No, we think it has public accountability regulations built in.

The Chairman: So you are not concerned about a concentration of a particular view on the news.

Mr. Morrison: The point was not a concentration on the news. The point was a concentration on ownership.

I take your point about economies of scale, and larger, more profitable undertakings have a greater capacity to contribute. That is a question of degree. We are seeing a move. I suppose in public policy implicitly a decade or two ago there were measures afoot to try to reduce concentration and to spread the resources around. It is a question of degree. But we are seeing extensive concentration developed today that we believe goes beyond the public interest. It is not just a question of what gets on the air; it is a question of how many Canadians get to be involved in the orientation of what we see and hear, not just news but the whole range of programming.

Mr. Caldwell: On the matter Mrs. Finestone was raising about the arm's-length agreement, there is quite a bit of difference between TVO and the CBC. The CBC receive their money from a parliamentary appropriation, not from a ministry. The Ministry of Education provides the money for the TVO network. So it is not an arm's-length agreement. That is who they answer to. There is quite a difference.

[Translation]

M. Morrison: Je veux dire qu'il s'agirait de recherche appliquée plutôt que primaire. Les données existent dans les fichiers du CRTC, mais on n'a pas encore pu effectuer de recoupement entre toutes ces données.

Le président: Monsieur Morrison et madame Finestone, tout ceci est fascinant, et vous allez peut-être pouvoir bénéficier d'un complément d'informations. Comme vous le savez, nous avons recommandé que des crédits soient accordés au CRTC pour faire des recherches. Ce sera peut-être le bon moyen.

À votre avis, cette concentration qui nous inquiète tous est-elle fondamentalement une mauvaise chose? Autrement dit, la concentration était intrinsèquement mauvaise, car elle a des répercussions sur les économies d'échelle et la possibilité par exemple de faire plus d'émissions canadiennes, ou êtes-vous surtout préoccupés par le rétrécissement des sources d'information au Canada?

Mme Wilson: Je pense que les deux vont de paire.

Le président: Pourtant, vous appuyez la proposition de Radio-Canada de créer une chaîne d'information uniquement.

Mme Wilson: Oui.

Le président: Ce n'est pas contradictoire?

Mme Wilson: Non, car cette proposition comporte une notion de responsabilité publique.

Le président: Vous n'avez donc pas peur d'une concentration des informations autour d'un point de vue.

M. Morrison: Le problème, ce n'est pas la concentration des informations, mais celle de la propriété.

Vous parlez d'économie d'échelle et vous dites que les grosses entreprises plus rentables peuvent avoir une contribution plus importante. C'est une question de degré. Nous assistons à une évolution. Je crois qu'il y a une dizaine ou une vingtaine d'années la politique publique visait implicitement à réduire les possibilités de concentration et à répartir les ressources. C'est une question de degré. Aujourd'hui, nous assistons à une vaste concentration de la propriété qui va à notre avis à l'encontre de l'intérêt public. Il ne s'agit pas simplement de ce qui passe sur les ondes; il s'agit de savoir combien de Canadiens contribuent à déterminer ce que nous voyons et ce que nous entendons, pas simplement aux informations, mais dans tous les domaines de la radiodiffusion.

M. Caldwell: A propos de ce que disait M^{me} Finestone au sujet de l'entente sans liens de dépendance, il y a une différence importante entre TVO et Radio-Canada. Les crédits de Radio-Canada sont votés par le Parlement, et non par un ministère. C'est le ministère de l'éducation qui accorde ces crédits à TVO. Il ne s'agit donc pas d'une entente sans liens de dépendance. Il y a une autre autorité. Cela fait une différence considérable.

[Texte]

I think Mrs. Finestone was right. The Minister had every right to answer the questions as a Minister of the Crown. But that is another argumentative point. Maybe you are saying it should not be that way, but that is the way it is. That is about \$25 million a year.

I want to get on the record what your position is on TVCanada, because I am not quite sure whose position you are taking. You are saying you agree with the Minister. But as I understand it, the Minister's ideas are not necessarily the same as the ones you have for TVCanada, and they are not necessarily the same ones as Caplan-Sauvageau presented. You seem to be more siding with not the recommendation this committee made, because this committee did not make a recommendation... only that we would look into the matter of whether or not the provincial organizations could form some kind of a network. What exactly do you think TVCanada should be? Is it an amalgamation of all these different provincial broadcasting outlets?

Mr. Morrison: It is not so much a question of how it is structured. It is a question of how it is financed so it is capable of purchasing material from any of the outlets. The concern is that the structure and the financial support behind the structure be adequate to engage all the Canadian supply available. The National Film Board, for example, has only something in the range of 1,000 hours of material currently available for airing. TVCanada requires 4,000 hours a year. So there is the need for the entire pool of Canadian content to be drawn upon, including the Canadian Broadcasting Corporation.

Basically it comes down to a question of whether any proposal to meet the goals Caplan-Sauvageau proposed and the Minister endorsed is financed in a fashion that enables it to put the appropriate programming on the air. Whether TVOntario or Radio-Québec are on the board is really a secondary issue.

Mr. Caldwell: What is appropriate programming? What is appropriate money? Where is the money going to come from? The federal government should fund this?

Mr. Morrison: We accepted the recommendations of the Caplan-Sauvageau report that it should come from the subscribers. But that is a technicality, and if—

Mr. Caldwell: It is a major technicality, because you cannot put the programming in unless you have the money. Where is the money going to come from?

Mr. Morrison: If as a last resort it does not work in any other way, then it is an appropriate expenditure of public funds at the federal level.

The Chairman: Thank you, Mr. Morrison and Dr. Wilson. You have been helpful to us today. If we get a little testy from time to time, it is because we regard ourselves as honest seekers after the truth, just as you do.

[Traduction]

Je crois que M^{me} Finestone avait raison. Le ministre avait parfaitement raison de répondre en tant que ministre de la Couronne. Mais c'est un autre point de discussion. Vous n'êtes peut-être pas d'accord, mais c'est comme cela. Il s'agit d'environ 25 millions de dollars par an.

J'aimerais que votre position sur TéléCanada soit parfaitement claire, car je ne l'ai pas encore parfaitement saisie. Vous dites que vous êtes d'accord avec le ministre. Pourtant, j'ai l'impression que le ministre n'a pas nécessairement le même point de vue que vous sur TéléCanada, ni d'ailleurs que Caplan-Sauvageau. Vous avez l'air de vous ranger plutôt du côté non pas de la recommandation de notre Comité, puisque notre Comité n'a pas fait de recommandations... Sauf que nous avons dit que nous allions voir si les organisations provinciales pouvaient éventuellement constituer une sorte de réseau. En quoi devrait consister à votre avis TéléCanada? Est-ce que ce devrait être un fusionnement de toutes ces stations provinciales?

M. Morrison: Ce n'est pas tellement un problème de structure. La question est de savoir comment l'organisation serait financée pour pouvoir acheter des émissions à toutes ces stations. Il s'agit de savoir si la structure et l'appui financier sont suffisants pour exploiter toute la base de données canadiennes. L'Office national du film n'a par exemple que quelque 1,000 heures d'émissions prêtes à être diffusées. Or, TéléCanada a besoin de 4,000 heures par an. Il faut donc pouvoir exploiter toutes les sources de contenu canadien, y compris la Société Radio-Canada.

Au fond, il s'agit de savoir si une organisation constituée conformément aux objectifs proposés par Caplan-Sauvageau et approuvés par le ministre aurait un financement lui permettant d'assurer les émissions voulues. Que TVOntario ou Radio-Québec en fasse partie, c'est une question tout à fait secondaire.

M. Caldwell: Qu'est-ce que c'est, les émissions voulues? L'argent suffisant? D'où va venir l'argent? Du gouvernement fédéral?

M. Morrison: Nous sommes d'accord avec les recommandations de Caplan-Sauvageau qui disent que ce sont les abonnés qui devraient financer l'entreprise. Mais c'est un point de détail et...

M. Caldwell: C'est un point de détail important, puisque sans argent, il n'y a pas d'émissions. D'où va venir l'argent?

M. Morrison: Si en dernier recours cela ne marche pas autrement, ce sera une dépense justifiée des fonds publics au niveau fédéral.

Le président: Merci, monsieur Morrison et madame Wilson. Votre témoignage nous a été très utile. Si nous sommes un peu chatouilleux, de temps en temps, c'est parce que comme vous, nous estimons que nous avons le devoir de rechercher la vérité.

[Text]

[Translation]

• 1130

Nous entendrons maintenant les représentants de l'Association canadienne-française de l'Ontario, M^{me} Nicole Bourget et M. Jacques Marchand. Madame Bourget et monsieur Marchand, nous vous souhaitons une très chaleureuse bienvenue. Vous avez la parole.

Mme Nicole Bourget (relations publiques, Association canadienne-française de l'Ontario): Au nom de l'Association et de son président, je vous dis bonjour.

Éloge à la différence: Être ou ne pas être. . . Être ou ne pas être capable de dire, d'entendre, d'écouter. Être ou ne pas être capable de communiquer un vécu, une réalité, une essence, une différence. Être ou ne pas être capable de nourrir cette différence!

Avant que ne commence la dernière décennie de ce siècle, au moment où il est encore temps de contrôler notre destin de peuple, nous, de l'Association canadienne-française de l'Ontario, sommes venus ici répéter de nouveau l'urgence du choix à faire, la nécessité de pallier à cette insidieuse disparition de la différence au gré des tergiversations de tous et chacun en quête d'intérêts divergents à la faveur des conjonctures économiques et politiques.

Devant le CRTC, devant diverses commissions, devant des comités, des groupes de travail et aujourd'hui devant vous, le Comité parlementaire, notre Association a élevé la voix, de concert avec plusieurs autres organisations, pour exprimer son impatience de voir s'élaborer un système de radiodiffusion juste, équitable, accessible et de qualité pour l'ensemble du pays, et particulièrement pour toutes les communautés de langue française éparpillées en Ontario. Toujours nous avons cherché à maintenir notre différence. Aujourd'hui encore, nous faisons appel au maintien de l'authenticité des composantes culturelles de ce pays qui en forment les caractéristiques essentielles face à nos voisins américains.

Dans cet ordre d'idées et en tenant compte des défis qui s'adressent à la radiodiffusion canadienne au seuil du XXI^e siècle, nous sommes venus exprimer un ferme appui à l'extension des services de langue française au sein du système de radiodiffusion et de télécommunication canadiennes, exprimer un ferme appui à la consolidation de ses acquis au niveau de ses principes de fonctionnement et de ses infrastructures et un ferme appui au renforcement du contenu canadien dans sa programmation.

De concert avec le Groupe de travail Sauvageau-Caplan, nous sommes d'accord pour dire que les défis majeurs de demain se résument dans la recherche d'un équilibre et la recherche d'une authenticité dans les infrastructures et la programmation du système de radiodiffusion canadienne. Nous sommes d'accord pour considérer que la pierre angulaire de ce système est le réseau français de Radio-Canada.

Nous, Franco-Ontariens, ne pouvons faire autrement que d'encourager le maintien et surtout le développement de la Société Radio-Canada. Cela est inévitable puisque les

We shall now hear Mrs. Nicole Bourget and Mr. Jacques Marchand, the representatives of the *Association canadienne-française de l'Ontario*. Mrs. Bourget and Mr. Marchand, we extend to you a most cordial welcome. You have the floor.

Mrs. Nicole Bourget (Public Relations, Association canadienne-française de l'Ontario): On behalf of the Association and its chairman, I wish you good morning.

In praise of being different: To be or not to be. . . to be or not to be able to express one's self, to hear or to listen. To be or not to be able to communicate one's experience, one's situation, one's soul, or one's distinctiveness. To be or not to be able to nurture that distinctiveness!

Poised at the beginning of the last decade of this century, at a time when we can still take our people's destiny in hand, we of the *Association canadienne-française de l'Ontario* appear before the committee to tell you once again how urgent it is to make a choice and to halt the insidious chipping away at this distinctiveness that results from the dithering of all sorts of people, to gain all sorts of ends, they vary with the political and economic weather.

Along with a number of other organizations, before the CRTC, various boards, committees, task forces and today, before yourselves, the parliamentary committee, our Association has spoken out and expressed its impatience to see a high-quality broadcasting system set up that will be fair, equitable and accessible to all Canadians and especially to all the French-speaking communities scattered across Ontario. We have always tried to remain different, and still today, we appeal to you to maintain our nation's authentic cultural components, which are the essential characteristics that distinguish us from our American neighbour.

Bearing in mind this objective and the challenges facing broadcasting in Canada at the threshold of the twenty-first century, we have come to express our firm support for the extension of French-language services in the Canadian broadcasting and telecommunications system, for consolidation of improvements made in its operations and infrastructures, and for increased Canadian program content.

We agree with the Caplan-Sauvageau Task Force that tomorrow's main challenges are the search for balance and the search for authenticity in the infrastructures and programming of Canada's broadcasting system. We agree that the keystone of this system is the CBC French-language network.

As francophone residents of Ontario, we can only encourage support and especially development of the CBC French-language network. This must come, since

[Texte]

forces du marché sont telles qu'aucune télévision privée de langue française ne s'est établie sur notre territoire et que seulement trois postes radiophoniques privés y ont pris racines. Est-ce dire que sans Radio-Canada français, sans le secteur public, nous ne serions pas à même d'être en contact direct avec les autres? Cela ne fait aucun doute. Nul besoin, alors, d'expliquer longement notre souci de maintenir ces services dans notre communauté.

Ces considérations nous forcent à déplorer vigoureusement le fait que la Société Radio-Canada subisse depuis un certain temps des coupures budgétaires drastiques. Ceci l'oblige pratiquement à diminuer la quantité et la qualité de ses activités. Les conséquences de cette tendance sont énormes. Elles peuvent attaquer certains principes fondamentaux de la Loi sur la radiodiffusion qui visent à assurer l'accès pour tous à un service diversifié et de qualité. Cette situation met aussi en péril les acquis au niveau des infrastructures. Le manque d'argent pourrait justifier la fermeture ou la vente de certaines stations.

• 1135

Selon nous, il est hors de question que des impératifs d'ordre économique continuent de détruire à petit feu les atouts du système. Il est hors de question qu'un déséquilibre flagrant entre le budget du service anglophone et celui du service francophone de Radio-Canada draine et épuise les énergies des artisans de langue française tout en mettant en péril la qualité et la diversité de la programmation. Il est hors de question que des arguments d'ordre technologique puissent ralentir l'accessibilité et la diffusion à la grandeur du pays d'une programmation de langue française variée et équitable. Il est hors de question que le contenu étranger accroisse son emprise sur la programmation du système de radiodiffusion. Enfin, non seulement est-il hors de question d'entretenir de tels discours, mais il est honteux de le faire à un moment où le Canada, depuis le premier Sommet de la francophonie en février 1986, est devenu un leader de la francophonie sur la scène internationale. En effet, la teneur minimaliste de tels discours ici, au Canada, est en totale contradiction avec toute l'importance donnée au domaine des communications dans les relations entre les pays francophones.

De façon concrète, nous soutenons les recommandations du Groupe de travail Sauvageau-Caplan visant à:

1. Reconnaître l'autonomie et les particularités des services français dans l'organisation de Radio-Canada.
2. Augmenter les crédits budgétaires de la Société Radio-Canada.
3. Rétablir l'équilibre entre le réseau national et les réseaux régionaux en offrant plus de crédits aux régions pour leur permettre de produire des émissions sur leurs réalités locales et régionales.

[Traduction]

market forces have meant that no private French-language television station has been set up in Ontario, and only three private radio stations have been established there. Does this mean that without the CBC's French-language services, without the public sector, direct contact with others will be impossible for us? There is not a doubt of it. Therefore, we need not explain at length our concern that these services be maintained in our communities.

These facts impel us, for our part, to deplore the drastic budget cuts that have for some time been imposed on the CBC's French-language services. These cuts practically require the Corporation to lower the quantity and quality of its programming. The repercussions of this trend are wide-ranging. They can strike at the root of basic principles of the Broadcasting Act aimed at providing universal access to varied and high-quality service. This situation also jeopardizes improvements made to the Corporation's infrastructures. The shortage of money could lead to the sale or closure of some stations.

We feel it is unconscionable to let economic considerations continue to chip away at the benefits provided by the system. It is unconscionable to let a flagrant discrepancy between the budgets of the CBC's English-language and French-language networks drain and exhaust the energy of French-speaking network workers and, at the same time, jeopardize the quality and variety of programming. It is unconscionable that technological arguments should impede access to, and nation-wide distribution of, varied and equitable French-language programming. It is unconscionable to allow foreign programs to increase their share of our broadcasting system's programming. Lastly, it is not only unconscionable to entertain considerations such as these, it is also shameful to entertain them when, since the first francophone summit in February 1986, Canada has become an international leader in the francophone world. The minimalism of these doctrines here in Canada utterly contradicts the high priority given to communications in relations among French-speaking countries.

In concrete terms, we support the recommendations by the Caplan-Sauvageau Task Force to:

1. Recognize the independence and distinctiveness of French-language services within the CBC.
2. Increase CBC budget allocations.
3. Provide increased budget allocations to the regions to enable them to produce programs on local and regional events, thus restoring balance between the regions and the national network.

[Text]

4. Rétablir l'équilibre entre le contenu étranger et canadien dans la programmation en faveur d'un plus grand contenu canadien de langue française.

5. Soutenir le développement de la radiodiffusion communautaire.

Nous formulons cependant une réserve concernant la recommandation suivante:

Que les services de télévision de langue française de Radio-Canada soient concentrés à quatre centres, soit Montréal, Québec, Moncton et Ottawa. Que les autres centres limitent leur production aux actualités.

À nos yeux, il est inconcevable que les centres régionaux, particulièrement ceux hors Québec, ne s'en tiennent qu'aux émissions d'actualités. Ils se doivent eux aussi de consacrer des efforts aux émissions culturelles et de divertissement. Ils pourront alors mieux répondre et s'adapter aux conditions locales et mieux réagir aux particularités de leur propre milieu.

Disons-le franchement: l'argent nécessaire peut être trouvé si la volonté politique en décide ainsi, au moment de la répartition des assiettes budgétaires. Soyons réalistes: la technologie de plus en plus sophistiquée devrait nous permettre de surpasser facilement les distances, d'autant plus que les systèmes seront de mieux en mieux intégrés et interconnectés. Osons regarder la réalité en face. Dans l'intérêt global du public canadien, il est temps d'affirmer une volonté de consolider l'acquis culturel qu'est notre système de radiodiffusion. Il est temps de se doter d'une politique qui traduira clairement cette volonté. Il est temps de percevoir les vrais enjeux.

Ne nous leurrions pas, mais surtout ne vous leurrez pas. Nous faisons face à une situation qui dépasse les enjeux économiques, technologiques et même, ultimement, les enjeux législatifs du monde de la radiodiffusion. Soyons réalistes, directs et francs: nous ne sommes plus à l'heure des discussions sur les mécanismes à prendre, sur les démarches à faire. Nous sommes à l'heure des décisions politiques. Nous sommes à l'heure du dépassement du statu quo, un statu quo qui, s'il se poursuit, sera le meurtrier des Canadiens français, cofondateurs de ce pays!

Au nom des Franco-Ontariens, à l'instar des communautés francophones hors Québec, nous vous faisons part de notre volonté de vivre nos particularités, de notre appui à l'extension des services en français du système de radiodiffusion, de notre appel à la consolidation de ses acquis et de notre soutien au renforcement du contenu canadien dans la programmation pour contrer l'américanisation de nos ondes.

Aujourd'hui, nous comparaissons devant vous en vous transmettant un message simple qui parle de respect et d'action. Vous nous entendez, mais nous savons surtout que vous nous comprenez. Votre Comité, de par son mandat, est un rouage crucial de notre démocratie qui influencera profondément l'avenir. Monsieur le président et membres du Comité, nous savons que vous êtes prêts à

[Translation]

4. Increase French-language Canadian content, thus restoring balance between foreign and Canadian program content.

5. Support the development of community broadcasting.

However, we have a reservation about the following recommendation:

The CBC's French television service should be concentrated in four centres, namely, Montreal, Quebec City, Moncton and Ottawa. No major production other than news and information programming should take place in other centres.

We find it inconceivable that regional centres, particularly those outside Quebec, should limit themselves to news and information programming. They, too, have an obligation to put some effort into cultural and entertainment programming. In this way, they could better respond and adapt to local conditions and better react to their community's particular situation.

Let us be frank: the necessary funding can be found if the political will is there when budget allocations are made. Let us be realistic. Increasingly sophisticated technology should make it possible for us to overcome distances easily, especially since the systems will be increasingly integrated and linked. Let us have the courage to see things as they are in the interest of the Canadian public as a whole. It is time to state that we intend to consolidate our broadcasting system, which is a cultural asset. It is time to adopt a policy that will clearly reflect this intention. It is time to see exactly what is at stake.

We do not want to be fooled. In particular, we do not want you to be fooled. We are facing a situation that goes beyond economic, technological and, in the long run, even legislative considerations in broadcasting. Let us be realistic, direct and frank. We are no longer at the stage of discussing what systems to set up or what initiatives to take. We are at the stage of political decisions. We are at the stage where we must go beyond the status quo, which, if it is allowed to continue, will prove deadly for one of our founding nations, French Canadians!

On behalf of francophone residents of Ontario, and like other francophone communities outside Quebec, we wish to inform you of our intention to live our culture, our support for the extension of French-language services in the broadcasting system, our appeal for consolidation of improvements and our support for increased Canadian program content that will stem the Americanization of our airwaves.

We appear before the committee today to give you a simple message about respect and action. You hear us but, in particular, we know that you understand us. Your committee's mandate makes it a vital element in our democratic system, one that will have a profound influence on the future. Mr. Chairman, members of the committee, we know you are prepared to defend what is

[Texte]

défendre les vrais enjeux. Mesdames et messieurs, nous vous savons prêts à appuyer un combat déjà longtemps entamé par les minorités de ce pays. Après les accords du Lac Meech, à l'heure des discussions sur le libre-échange, au seuil du XXI^e siècle, vous êtes ceux qui vont opter pour notre épanouissement.

• 1140

Merci.

Le président: Merci, madame. Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Je vous félicite pour la qualité de votre exposé. Comme vous le savez, depuis hier le Québec a perdu un de ses grands hommes en la personne de M. René Lévesque. Si aujourd'hui, dans l'Accord du Lac Meech, les neuf autres provinces reconnaissent le caractère distinct du Québec, René Lévesque y est pour quelque chose, car il s'est battu pour faire reconnaître ce point de vue au Canada anglais. Pour vous, il est très important que notre culture et notre langue puissent être diffusées partout au pays et que tous les Franco-Ontariens puissent bénéficier de services additionnels de Radio-Canada et de services de meilleure qualité, et cela me touche.

Cela m'amène à vous parler de faits qui nous ont été dévoilés il y a quelques semaines par les syndicats. Ils nous faisaient part de la diminution de la qualité et des budgets des productions françaises comparativement aux productions anglaises. En 1979, une heure de production anglaise et une heure de production française coûtaient sensiblement la même chose, soit 18.000\$ ou 19.000\$ pour une émission française et environ 20.000\$ pour une émission anglaise. Quatre ou cinq ans plus tard, le budget du côté anglais avait doublé, alors qu'il avait régressé du côté français.

Comment voyez-vous cette situation? Est-ce que cela vous paraît inquiétant?

Mme Bourget: Il est certain que la situation est très inquiétante pour nous. Notre préoccupation la plus importante quant à Radio-Canada, c'est qu'on délaisse tout le réseau hors Québec, c'est-à-dire les régions. Vous parliez de la qualité des émissions et des différences de coût de réalisation de ces émissions. Nous comprenons mal qu'on ne puisse pas investir des montants raisonnables au niveau du réseau français pour lui permettre à lui aussi de se développer et de s'épanouir, comme on le fait au niveau du réseau anglais de Radio-Canada, CBC.

Par ailleurs, pour faire le point au niveau des régions de Radio-Canada, pour nous, en Ontario, c'est le seul média francophone accessible dans toute la province. Comme nous le disons dans notre mémoire, c'est une question de survie pour nous que d'avoir accès à ce service-là. Donc, on croit fermement que le gouvernement se doit d'appuyer et de financer la Société Radio-Canada.

M. Blackburn (Jonquière): Parlons maintenant de la chaîne française de TVOntario. Comment les

[Traduction]

really at stake. Ladies and gentlemen, we know you are prepared to support the long-standing battle of minorities in this country. The Meech Lake Accord is behind us, the free trade discussions are ongoing, and we are at the outset of the 21st century. At this juncture, it is you who can opt for the growth of our culture.

Thank you.

The Chairman: Thank you, Madam. Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Congratulations on the quality of your brief. As you know, yesterday Quebec lost one of its great men, Mr. René Lévesque. If the nine other provinces in the Meech Lake Accord have come to recognize Quebec's distinct character, it is partly due to René Lévesque's fight to have English Canada acknowledge this point of view. You feel it is very important that our culture and language be disseminated across Canada, and that all francophone residents of Ontario receive more and better quality services from the CBC. I am touched by your concern.

With this in mind, I would like to discuss with you some facts that were revealed to us a few weeks ago by the unions. They informed us that the quality and the budgets of French-language programs had gone down in comparison with English-language programs. In 1979, one hour of English-language programming and one hour of French-language programming cost roughly the same: \$18,000 or \$19,000 for a French-language program and around \$20,000 for an English-language program. Four or five years later, the English network's budget had doubled, while the French network's budget had dropped.

What is your view of this situation? Do you find it disturbing?

Mrs. Bourget: Certainly we find it very disturbing. Where the CBC is concerned, our major concern is that the network outside Quebec, the regional network, is being dropped. You mentioned the quality of programs and the difference in their production costs. We have difficulty understanding why reasonable amounts cannot be invested in the French-language network to ensure that it, too, develops and grows, as is done for the CBC's English-language network.

And, to sum up, the CBC's regional service is the only French-language medium accessible to us across Ontario. As we say in our brief, having access to this service is a question of survival for us. As a result, we firmly believe that the government has an obligation to support and to fund the CBC's French-language network.

Mr. Blackburn (Jonquière): Let us go on to discuss TVOntario's French-language channel. What do

[Text]

francophones de l'Ontario perçoivent-ils les émissions qui leur sont offertes? Est-ce que vous avez des commentaires à formuler à ce sujet? Il y a environ un an, je pense, que c'est disponible ici?

Mme Bourget: Oui. Au mois de janvier, cela fera une année que la chaîne française de TVO est entrée en ondes.

À l'ACFO, en tant que représentants des francophones, on a réclamé pendant longtemps pour que ce projet de TVOntario se réalise. Nous sommes très satisfaits de ce qui se produit présentement. Nous croyons que TVOntario fait d'énormes efforts pour produire des émissions de qualité et qu'elle rejoint la population. Nous espérons que le service sera disponible partout dans la province d'ici quelques années.

Il y a toujours la question de l'accessibilité. Il y avait toute la question des câblodistributeurs; on voulait que la chaîne française puisse être disponible sur les canaux de base. C'est toujours une de nos préoccupations, mais en général, nous sommes très satisfaits de ce que la chaîne française de TVOntario produit.

M. Blackburn (Jonquière): Devrait-on obliger les câblodistributeurs qui ne diffusent pas les différents canaux de télévision français à les diffuser?

Mme Bourget: D'après nous, oui. On croit que les câblodistributeurs devraient obligatoirement distribuer la télé éducative, les chaînes françaises de TVOntario et de Radio-Canada sur les canaux de base pour qu'elles soient accessibles aux gens des régions isolées qui n'ont pas les moyens de se payer un abonnement au câble ou qui n'ont pas accès au câble. Donc, pour nous, il est prioritaire que ces choses-là soient accessibles aux gens.

• 1145

M. Blackburn (Jonquière): Cela pourrait impliquer qu'il faudrait enlever une station américaine et la remplacer par la nôtre.

Mme Bourget: Oui.

M. Blackburn (Jonquière): On devra mettre cela en application.

Mme Bourget: En effet.

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie, madame Bourget et monsieur Marchand.

Le président: Merci, monsieur Blackburn. Madame Finestone, s'il vous plaît.

Mme Finestone: Je vous souhaite la bienvenue. J'ai lu votre témoignage et je dois dire que je suis complètement d'accord avec vous. Le bilinguisme est une caractéristique fondamentale du Canada, mais il reste que le gouvernement doit traduire sa politique en actes. Cela veut dire que partout au Canada, il est obligatoire que les deux langues soient présentes.

Je vais faire une petite parenthèse. La chaîne française de TVOntario réussit à rejoindre 87 p. 100 de la population francophone de la province, alors qu'à Radio-

[Translation]

francophone residents of Ontario think of programs available on it? Do you have any comments about this channel? I believe that it became available here about a year ago.

Mrs. Bourget: Yes, the TVO French-language channel came on the air a year ago this coming January.

As an organization representing francophones, ACFO had been asking for a long time that this TVOntario project be set up. We are very well satisfied with current productions. We feel that TVOntario is putting a great deal of effort into producing high-quality programs and that it does reach the population. We hope that in a few years this service will be available all across the province.

The question of access is still not settled. There was contention about cable companies; we wanted the French channel to be available on basic service. This is still one of our concerns but, in general, we are very well satisfied with what TVOntario's French-language channel produces.

Mr. Blackburn (Jonquière): Should cable companies that do not broadcast the various French-language television channels be required to do so?

Mrs. Bourget: We think they should. We feel that cable companies should be required to carry educational television and CBC and TVOntario French-language channels on basic service so that these channels would be available to people in outlying areas who cannot afford cable service or who do not have access to it. So it is a priority for us that people have access to these services.

Mr. Blackburn (Jonquière): It could mean that an American station would have to be removed and replaced by one of ours.

Ms Bourget: Yes.

Mr. Blackburn (Jonquière): That should be done.

Ms Bourget: Right.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you, Ms Bourget, and Mr. Marchand.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn. Mrs. Finestone, please.

Mrs. Finestone: I would like to welcome our two witnesses. I have read your brief, and I must say that I could not agree more. Bilingualism is one of Canada's distinctive characteristics, but the government still has a lot to do to translate its policy into action. Bilingualism means that the two languages should be visible throughout Canada.

I would like to digress for a moment. TVOntario's French channel reaches 87% of Ontario's francophones, whereas *Radio-Québec* does not offer a single word of

[Texte]

Québec, il n'y a pas un seul mot d'anglais. Quand je vois cela, je me sens un peu mal à l'aise. J'espère que la situation va changer au Québec et qu'ici, en Ontario, on insistera pour que le réseau français de Radio-Canada et la chaîne française de TVOntario soient disponibles sur le service de base, soit sur les canaux 2 à 13. Pour moi, c'est obligatoire si on veut définir nos particularités dans l'Accord du lac Meech. Deuxièmement, plus le libre-échange entre dans notre vie quotidienne, plus nous avons besoin de cette façon de nous exprimer en tant qu'anglophones et francophones canadiens avec nos particularités.

Croyez-vous que la chaîne française de TVOntario soit assez disponible?

Mme Bourget: Non. Présentement, la chaîne française n'est pas disponible partout dans la province.

Mme Finestone: Mais la ministre a dit qu'elle rejoignait 87 p. 100 de la population et qu'on avait pour objectif de rejoindre 95 p. 100 de la population d'ici cinq ans.

Mme Bourget: Oui. Nous sommes satisfaits des efforts qui sont déployés par la ministre, mais nous aimerions que ce soit disponible partout.

Mme Finestone: Mais c'est seulement un bébé, et il doit apprendre à ramper avant d'apprendre à marcher.

Mme Bourget: Oui, justement.

Mme Finestone: Parlons maintenant de Cancom. Télé-Métropole est sur un des transpondeurs de Cancom, et cela lui coûte un million de dollars par année, mais on n'utilise pas beaucoup ce signal de Télé-Métropole. Croyez-vous que cette demande existe ici, en Ontario? On a Radio-Canada, la chaîne française de TVO et Télé-Métropole. Est-ce qu'il y a une concentration de nouvelles de Montréal, du Québec plutôt qu'un reflet de la vie quotidienne francophone hors Québec?

Mme Bourget: En ce qui concerne les nouvelles produites par Radio-Canada et provenant en direct de Montréal, on a maintes fois affirmé, et avec raison, qu'elles étaient trop centrées sur Montréal; c'est la même chose dans le cas de Télé-Métropole. Heureusement, de plus en plus, les stations régionales de Radio-Canada en Ontario produisent des émissions d'actualité qui reflètent beaucoup plus la réalité régionale et les dossiers qui préoccupent les Franco-Ontariens. Par contre, comme on le signalait, on ne retrouve pas dans les nouvelles de Radio-Canada en provenance de Montréal les questions qui préoccupent les Acadiens, les gens de Colombie-Britannique ou les Franco-Ontariens.

• 1150

Mme Finestone: Du côté français, Radio-Québec produit des émissions très intéressantes et bien étoffées. Est-ce que vous recevez le signal de Radio-Québec? Est-ce que vous croyez que ce serait un avantage pour les francophones hors Québec, tant pour les Acadiens que

[Traduction]

English programming. This situation makes me a little uncomfortable. I hope things will change at *Radio-Québec*, and that here in Ontario, people will insist that Radio-Canada, the CBC French network and TVOntario's French channel be available on the basic channels, 2 to 13. I think this is essential if we want to define our particular characteristics as mentioned in the Meech Lake Accord. Secondly, as free trade becomes more and more a part of our everyday lives, both anglophones and francophones are going to need this service more and more to express our unique identities.

Do you think that TVOntario's French channel is accessible enough?

Ms Bourget: No. At the present time the French channel is not available throughout the province.

Mrs. Finestone: Yet the Minister told me that 87% of francophones had access to it, and that the objective was to achieve 95% within five years.

Ms Bourget: Yes. We are satisfied with the Minister's efforts, but we would like the service to be available everywhere.

Mrs. Finestone: The French channel of TVOntario is just a baby—it must learn to crawl before it can walk.

Ms Bourget: Exactly.

Mrs. Finestone: I would like to talk about Cancom. *Télé-Métropole* is on one of Cancom's transponders, at a cost of \$1 million a year. However, this signal is not used very much. Do you think that there is a demand for it here in Ontario? There is the French network of CBC, Radio-Canada, TVO's French channel and *Télé-Métropole*. Is most of the news programming based in Montreal and focused on Quebec, rather than on the day-to-day life of francophones outside Quebec?

Ms Bourget: We have often made the valid point that the news produced live by Radio-Canada out of Montreal focuses too much on Montreal. The same is true of *Télé-Métropole*. Fortunately, Radio-Canada's regional stations in Ontario are producing more and more current affairs programs that are a much better reflection of the regional reality and of Franco-Ontarians' concerns. However, as we mentioned, Radio-Canada's news produced in Montreal does not cover topics of interest to Acadians or francophones in B.C. or Ontario.

Mrs. Finestone: Radio-Québec produces some very interesting and thought-provoking programs. Do you get Radio-Québec? Would it be useful to francophones outside Quebec, both for Acadians and Franco-Ontarians? The programming is of a cultural nature, to some extent.

[Text]

pour les Franco-Ontariens? C'est culturel, dans un certain sens.

Mme Bourget: Oui, c'est très culturel. Il est sûr qu'il serait avantageux que Radio-Québec soit disponible en Ontario. Cependant, il faut tenir compte de certaines priorités, la base étant Radio-Canada et TVOntario.

Mme Finestone: Mais souhaitez-vous que ce soit une option, disons entre 14 et 92?

Mme Bourget: Si elle prenait une envergure plus nationale, si elle n'était pas uniquement le reflet de la communauté québécoise, ce serait très acceptable. Je ne sais pas si elle est disponible en Ontario ou non.

Mme Finestone: On fait un test à la frontière, n'est-ce pas?

Le président: Oui, c'est cela. On nous a dit que Radio-Québec était disponible dans le nord de l'Ontario, à cause de son *footprint*, et également au Nouveau-Brunswick, je pense.

Monsieur Heap, s'il vous plaît.

M. Heap: J'ai découvert, au cours des années, que Radio-Canada faisait sa propre émission de nouvelles à Toronto. Par exemple, au cours de grèves ou de manifestations publiques, Radio-Canada faisait seule ses reportages pour ses nouvelles. Est-ce la politique de Radio-Canada à Toronto de présenter spécialement les nouvelles des *grassroots*? J'ai été quelquefois étonné. C'était un vrai plaisir que de voir des gens de Radio-Canada à ces manifestations publiques, et je voudrais que cette politique se poursuive. Avez-vous des commentaires à faire à ce sujet?

Mme Bourget: En ce qui concerne Radio-Canada et sa couverture de l'Ontario—vous parlez spécifiquement de Toronto—, le service des nouvelles à Toronto est très efficace quand il s'agit de donner une couverture des événements ontariens disponible pour les francophones. Malheureusement, dans les régions du Nord, c'est parfois difficile. Par exemple, il y a seulement un journaliste de la télévision pour couvrir tout le nord-ouest et le nord-est de l'Ontario. C'est un vaste territoire. Il y a toujours la problématique du sous-financement, du manque de personnel et de ressources pour vraiment refléter la réalité et les nouvelles de ces régions-là. Cependant, étant donné le peu de ressources dont ils disposent et tous les obstacles auxquels ils doivent faire face, on doit dire que ce qui est produit en Ontario est de très bonne qualité.

• 1155

M. Heap: Merci.

Le président: Merci, monsieur Heap. Madame et monsieur, nous vous remercions pour votre témoignage de ce matin. Nous vous enverrons peut-être des questions écrites.

Mme Bourget: Merci.

[Translation]

Ms Bourget: Yes, it is very cultural. There is no doubt that it would be good if Radio-Québec were available in Ontario. However, we do have to remember our priorities, and the fact that our base programming is Radio-Canada and TVOntario.

Mrs. Finestone: But would you like to have Radio-Québec available on channels 14 to 92?

Ms Bourget: It would very acceptable if it were to adopt a more national focus, if it became merely a reflection of the Quebec community. I do not know whether or not it is available in Ontario.

Mrs. Finestone: There is a test being conducted at the border, is there not?

The Chairman: Yes, that is right. We were told that Radio-Québec was available in northern Ontario, because of its "footprint", and also in New Brunswick, I believe.

Mr. Heap, please.

Mr. Heap: I have discovered over the years that Radio-Canada produces its own news show out of Toronto. In the case of strikes or public demonstrations, for example, Radio-Canada did its own coverage for its newscasts. Is it the policy of Radio-Canada in Toronto to place special emphasis on grassroots news? I have sometimes been surprised at the coverage. It was a real pleasure to see people from Radio-Canada at some of these demonstrations. I hope the policy is continued. Do you have any comments along these lines?

Ms Bourget: Radio-Canada's Toronto news services is very efficient in covering Ontario events for francophones. Unfortunately, coverage for the north is sometimes difficult. There is only one television journalist to cover all of northwestern and northeastern Ontario. It is a huge area. There is never enough funding, staff or resources to properly reflect this region and its news. However, given the lack of resources and the obstacles that have to be overcome, the programming produced in Ontario is of very high quality.

Mr. Heap: Thank you.

The Chairman: Thank you, Mr. Heap. We would like to thank you for your testimony this morning, Ms Bourget and Mr. Marchand. We may be sending you some written questions.

Ms Bourget: Thank you.

[Texte]

The Chairman: The next set of witnesses is the Children's Broadcast Institute. We have before us today a very, very important voice and one which, not to scoop their story, is all too seldom heard. I remember doing a town-hall meeting on child care the other day, and at the end of it one of the participants asked, who speaks for the children? We have had everyone here speaking for the parents and all the other aspects of society, and we are delighted in Canada to have such a responsible organization speaking for the interests of children in the domain of broadcasting. Ms McGillivray.

• 1200

Ms Heather McGillivray (Executive Director, Children's Broadcast Institute): Thank you, Mr. Chairman, and good morning to the members of the committee. We are here as representatives of the Children's Broadcast Institute—as you say, to speak in the interests of the children and youth of this country. With me today are four members of the voluntary board of directors of CBI: Mr. Ralph Ellis, the chairman of the board of directors, a producer and distributor of television programs for at least 30 years; Linda Schuyler, well known as the producer of the award-winning children's series *The Kids of DeGrassi Street*, and now *DeGrassi Junior High*, who has brought great pride to this country by bringing home the coveted Prix Jeunesse last year and also an international Emmy; Mr. Bill Stewart, vice-president of programming at the Global Television Network; and last but certainly not least, Dr. Fred Rainsberry, producer, educator, mentor, and one who many of us refer to as the father of Canadian children's programming, whose long career in this field started at the CBC in the mid-1950s, where he brought to Canadian children such friends as Mr. Rogers, the Friendly Giant, Maggie Muggins, and Howdy Doody.

These directors of CBI have volunteered their time today in order to assist you in your study of broadcasting policy for Canada by offering the benefit of their experience and expertise, particularly as it relates to programming for children.

Before I call upon our chairman, Mr. Ralph Ellis, to give you a statement of our concerns, I would like to tell you just a bit about the Children's Broadcast Institute. CBI was founded in 1974 by a group of parents, broadcasters, producers, advertisers, educators, researchers, and child advocates who were concerned about the state of children's television in Canada. Their goal was, and ours still is, to make television a more positive experience in children's lives. In addition to speaking in the interests of children before government bodies such as this one and the CRTC, CBI conducts workshops for parents, educators, and producers; sponsors

[Traduction]

Le président: Nos prochains témoins représentent l'Institut de radiotélévision pour enfants. C'est une association qui représente un groupe très, très important, qui, pour anticiper un peu son exposé, n'est pas souvent écouté. J'ai participé à une réunion publique l'autre jour sur la garde d'enfants, et à la fin, l'un des participants a posé la question suivante: «Qui parle au nom des enfants»? Nous avons entendu les représentants des parents et de tous les autres groupes de la société, et nous sommes ravis d'avoir au Canada un tel organisme qui parle au nom des enfants dans le domaine de la radiodiffusion. M^{me} McGillivray.

Mme Heather McGillivray (directrice administrative, Institution de radiotélévision pour enfants): Merci, monsieur le président. Bonjour mesdames et messieurs. Nous nous adressons à vous aujourd'hui à titre de représentants de l'Institut de radiotélévision pour enfants (IRTE)—et comme vous l'avez signalé, nous défendons les intérêts des enfants et des jeunes Canadiens. Je suis accompagnée aujourd'hui de quatre des bénévoles qui font partie du conseil administratif de l'IRTE: M. Ralph Ellis, président du conseil d'administration, réalise et distribue des émissions télévisées depuis au moins 30 ans; Linda Schuyler, est bien connue car elle est la réalisatrice d'une série qui s'est mérité divers prix, *The Kids of DeGrassi Street*, et de sa suite *DeGrassi Junior High*; le Canada est tout particulièrement fier d'elle car elle s'est mérité l'année dernière le Prix Jeunesse, un prix très convoité, et un Emmy international; M. Bill Stewart, vice-président responsable de la programmation du réseau télévison Global; enfin, le dernier représentant, et certainement pas le moindre, M. Fred Rainsberry, réalisateur, éducateur, guide et d'après nombre d'entre nous le père de la programmation pour enfants au Canada, dont la longue carrière dans ce domaine a débuté au réseau CBC au milieu des années 50; c'est lui qui a fait connaître aux jeunes Canadiens, des personnages aussi attachants que M. Rogers, Friendly Giant, Maggie Muggins et Howdy Doody.

Ces directeurs de l'IRTE se sont libérés aujourd'hui pour vous aider dans le cadre de votre étude sur la politique de radiodiffusion au Canada; ils sont venus vous faire part de leur expérience et de leurs connaissances, particulièrement en ce qui a trait à la programmation pour enfants.

Avant de demander à notre président, M. Ralph Ellis, de vous faire part de nos préoccupations, j'aimerais vous dire quelques mots sur l'Institut de radiotélévision pour enfants. L'IRTE a été fondé en 1974 par un groupe de parents, de radiodiffuseurs, de producteurs, d'annonceurs, d'éducateurs, de chercheurs et d'activistes oeuvrant en faveur de l'enfance qui se préoccupaient de la qualité des programmes offerts aux jeunes téléspectateurs canadiens. Leur objectif, qui n'a d'ailleurs pas changé depuis, était d'améliorer la qualité des émissions de télévision pour enfants. En plus de défendre les intérêts des enfants auprès d'organismes gouvernementaux comme le vôtre et

[Text]

biannual awards for excellence in childrens' programming; sponsors Family Viewing Week each year; publishes a newsletter; publishes a directory of Canadian childrens' programs; and houses a unique resource library with a collection of print materials about children and media. CBI remains the only national voluntary organization working in the interests of children to improve the quality of their television experience.

Now I will call on Mr. Ralph Ellis briefly to state our concerns.

Mr. Ralph Ellis (Chairman, Children's Broadcast Institute): Thank you for welcoming us here this morning. I would like to say on behalf of the Children's Broadcast Institute that we are delighted to have an opportunity to speak for our constituency, the children of Canada.

We are concerned about the availability of more and better programs for children on television, in French and in English. I should make it clear at the start that we are not here to take pot-shots at anybody. We know that certain programs are being done that are excellent. We think certain broadcasters do very well indeed, others not as well; but our major feeling is that much more can be done for programming, in both French and English.

The basic problem in this country is that if you are going to do meaningful programs they are expensive. They are expensive to make for adults, but you may not have given thought to this particular matter: good programming for children is no less expensive to make than good programming for adults. There are just no two ways about it. You cannot simply say that because the children are shorter the budgets can be smaller. It is just not that way.

The way we have to look at it is we have to find the money and we have to find the kind of working together that is necessary in this country to create a greater television experience for our children throughout their formative years.

• 1205

I have with me this morning members of the CBI who would be delighted to answer any questions directed to any of us. Thank you.

The Chairman: Thank you very much, Mr. Ellis. To begin our questioning, the father of two young children, Mr. Gormley.

Mr. Gormley: Thank you, Mr. Chairman. I am at that stage in life, I think as we all are as parents, when every Saturday morning for as long as I can remember I have

[Translation]

le CRTC, l'IRTE organise des ateliers pour les parents, les enseignants et les réalisateurs; il décerne tous les deux ans des prix d'excellence à des émissions pour enfants; chaque année, il organise la semaine de la télévision en famille; il publie un bulletin de nouvelles; il prépare un répertoire canadien des émissions pour enfants, et il a une bibliothèque qui contient une collection unique en son genre de publications sur les enfants et les médias. L'IRTE est le seul organisme bénévole national qui défend les intérêts des enfants en cherchant à améliorer la qualité des émissions de télévision.

Je demanderai maintenant à M. Ralph Ellis de vous faire part brièvement de nos préoccupations.

M. Ralph Ellis (président, Institut de radiotélévision pour enfants): Merci de nous avoir invités ce matin. Je voudrais vous dire, au nom de l'Institut de radiotélévision pour enfants, que nous sommes très heureux d'avoir l'occasion de venir vous parler de ceux que nous représentons, les enfants du Canada.

Nous nous intéressons tout particulièrement à la présentation d'un plus grand nombre d'émissions de qualité pour les enfants à la télévision, en anglais et en français. Je dois préciser d'entrée de jeu que nous ne sommes pas venus nous en prendre à certains réalisateurs ou radiodiffuseurs. Nous savons que certaines émissions sont excellentes. Nous pensons que certains radiodiffuseurs font du très bon travail, et d'autres du travail un peu moins bon; nous croyons cependant qu'on peut faire beaucoup plus au niveau de la programmation en anglais et en français.

Le principal problème est que si l'on veut faire de bonnes émissions au Canada, cela coûte cher. Il est très dispendieux de faire des émissions pour les adultes mais vous n'avez peut-être pas pensé suffisamment à la question: il n'en coûte pas moins pour faire de bonnes émissions pour enfants que pour faire de bonnes émissions pour adultes. C'est aussi simple que cela. Ce serait bien simpliste de dire que puisque les enfants sont plus petits, il en va de même pour les budgets. Ce n'est pas vrai.

Il nous faut donc trouver l'argent nécessaire et assurer la collaboration nécessaire au Canada pour offrir à nos enfants, pendant leurs années formatrices, de meilleures émissions de télévision.

Je suis accompagné ce matin de représentants de l'IRTE qui se feront un plaisir de répondre à vos questions. Merci.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Ellis. Les premières questions seront posées par M. Gormley, le père de deux jeunes enfants.

M. Gormley: Merci, monsieur le président. J'ai l'âge où, comme la plupart des parents, presque tous les samedis matins, autant que je me souviens, je me fais

[Texte]

been rousted out of bed three hours before I would like to be to watch a menu of various programs.

I would like to open my questioning particularly with respect to the CBC. Maybe before I do that, why do we not nail down some parameters? When we refer to children's programming and youth programming, are we dealing with separate demographic groups? Have you an age defined for children and youth?

Ms McGillivray: The institute now refers to programming from the age of 2 to 17. I think we have not really defined what stage would be considered children and then going into youth. But it is probably accepted that it gets into the teenage category, the early teens when you switch into youth. But they overlap.

Mr. Gormley: By way of observation, I think with the CBC I am noticing at least some more innovative and very creative, what I would call youth or teen programming, often at the expense of programming for smaller children. That is just an observation. I wanted to sound you out on that point in terms of programming geared to smaller children. Has the CBC been changing its focus, by your observation? Is there less now available? What would be the statistical breakdown?

Mr. R. Ellis: I would like Dr. Rainsberry to speak to that.

Mr. Frederick B. Rainsberry (Director, Children's Broadcast Institute): I do not think that is done purposely at all. There are still programs for pre-school children, *Sesame Street* and other programs, *Fred Penner's Place* and so on. Then recently the 4.30 strip in the afternoon has been for what we used to call, and I think is still appropriate, the middle years. These are, say, for those aged 6 to 10. Then I agree with Ms McGillivray, of course, that there is a spill-over as they reach the teen programs and that probably the most distinguished program for older children is *The Kids of DeGrassi Street* and of course *DeGrassi Junior High* now. So there is an attempt on the part of the present supervisor to maintain the balance, even though it may not be immediately perceptible.

Ms Linda Schuyler (Director, Children's Broadcast Institute): I would like to address that. CBC is still doing a lot at the pre-school level. They do have a new show out, *Under the Umbrella Tree*. The problem I think we are looking at in the CBC is that you might find there is a new awareness to teen programming. I am particularly very interested in that. The problem we are faced with is the very limited number of time slots available. So if you perceive that perhaps the pre-schoolers are not being as well served, it is perhaps because there is only a limited amount of time. The teen audience, the adolescent audience has not been given anything specifically for

[Traduction]

réveiller quelque trois heures avant l'heure prévue pour regarder toutes sortes d'émissions à la télévision.

Mes premières questions porteront sur la Société Radio-Canada. Avant de passer aux questions peut-être pourrions-nous établir certains paramètres. Lorsque l'on parle des émissions pour enfants et pour jeunes, parlons-nous de groupes démographiques différents? Avez-vous établi l'âge de ces deux groupes, les enfants et les jeunes?

Mme McGillivray: L'Institut juge que le groupe des enfants inclut ceux qui sont âgés de deux à 17 ans. Nous n'avons pas vraiment défini à quel moment un enfant devient un jeune. On accepte dans l'ensemble que lorsqu'il devient un adolescent, il devient ce qu'on appelle un jeune. Mais il y a un certain chevauchement entre les deux catégories.

M. Gormley: J'ai cru constater que la Société Radio-Canada avait fait preuve de beaucoup d'esprit d'innovation et de création en réalisant de bonnes nouvelles émissions pour les jeunes, souvent au détriment cependant des émissions pour les petits enfants. C'est simplement un commentaire. J'aimerais savoir ce que vous en pensez, particulièrement en ce qui a trait aux émissions offertes aux plus jeunes enfants. D'après vous, la Société Radio-Canada a-t-elle changé son centre d'intérêt? Offre-t-on maintenant moins d'émissions aux jeunes enfants? Quelle serait la ventilation?

M. R. Ellis: Je demanderais à M. Rainsberry de répondre à cette question.

M. Frederick B. Rainsberry (directeur, Institut de radiotélévision pour enfants): Je ne crois pas que ce changement se soit fait sciemment. On offre toujours des émissions aux enfants d'âge préscolaire, *Sesame Street* et d'autres émissions, *Fred Penner's Place* et bien d'autres. Depuis quelque temps déjà, le créneau de 16h30 a été réservé à ce que nous appelions, et je crois que c'est toujours approprié, le groupe intermédiaire. Ce groupe est composé de jeunes âgés de six à 10 ans. M^{me} McGillivray a raison évidemment de dire que les enfants d'une catégorie peuvent regarder les émissions réalisées pour les enfants d'une autre catégorie; la meilleure émission offerte aux enfants un peu plus âgés est probablement *The Kids of DeGrassi Street* et évidemment *DeGrassi Junior High*. Les responsables de la programmation cherchent, même si ce n'est pas toujours évident, à maintenir un certain équilibre.

Mme Linda Schuyler (directrice, Institut de radiotélévision pour enfants): J'aimerais dire quelques mots à ce sujet. La Société Radio-Canada présente beaucoup d'émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire. Et elle offre maintenant une nouvelle émission, *Under the Umbrella Tree*. Les changements qui se sont produits au sein de la Société Radio-Canada sont attribuables au fait qu'elle est maintenant plus consciente des besoins en programmation pour les adolescents. Je m'intéresse tout particulièrement à cette question. Le fait qu'il existe très peu de périodes libres dans la grille horaire présente un problème. Si vous pensez peut-être

[Text]

them for absolutely years. We have always assumed they can just watch adult programming.

I think we are faced with a very difficult problem, both with the CBC and with private broadcasters, that there is just not enough time slots available for quality children's programming. And behind that is the next important issue that Ralph was speaking about, there is just not enough money. These shows have to be produced with the same care and the same kind of budgets we expect to give to adult programming, and that is not a reality in this country.

Mr. Gormley: By way of general comment, are you satisfied with the CBC's performance?

Ms Schuyler: No. CBC needs more air time for children's television and they need a far greater percentage of their budget committed to children's television.

Mr. Gormley: When you refer to air time is that a function of the market or is it a function of CBC programming? Could CBC, if it chose, open up the 3.30 p.m. time slot and on? Maybe you could elaborate on that for me.

Ms Schuyler: Well, I am not the spokesperson for CBC. I do not know if anybody else here feels more comfortable talking about their time slots. Do you, Ralph?

Mr. R. Ellis: I think that any broadcaster controls their own destiny, so whatever they decide they would like to do, they can do within the constraints of the economic climate they are operating in and their budgeting constraints and so on. CBC at one time had a block of programming right across the spectrum five days a week. I believe that was, if I remember correctly, from 4 p.m. to 6 p.m. five days a week. That has gradually diminished over a period of time for whatever reasons, and it is no longer there. So since they did it at one time, I see no reason why it could not be done again.

• 1210

Mr. Rainsberry: I think part of the trouble that you have noticed, Mr. Gormley, has to do with a North American phenomenon that parents like to have children—I am not speaking to you personally—but they want them to be adults as soon as possible. It is much more convenient for the programmers, particularly if the program designed for a general audience pleases the children as well. My concern all along has been that the time has come for us to recognize that children are a

[Translation]

que les enfants d'âge préscolaire ne reçoivent pas d'aussi bons services, c'est peut-être simplement qu'on a qu'un nombre limité de périodes à leur accorder. Il y a bien longtemps qu'on n'a pas présenté des émissions conçues spécialement pour les adolescents. On a toujours supposé qu'ils pouvaient simplement regarder les émissions pour adultes.

Nous sommes confrontés à un problème très épineux, en ce qui a trait à la Société Radio-Canada et aux radiodiffuseurs privés. En effet, il n'y a tout simplement pas suffisamment de périodes libres pour présenter des émissions de qualité pour les enfants. Puis, il ne faut pas oublier le problème important qu'a déjà soulevé Ralph, celui du financement. Ces émissions doivent être réalisées avec le même soin et en fonction du même type de budget qu'on accorderait à une émission destinée aux adultes. Et ce n'est pas le cas au Canada.

M. Gormley: Dans l'ensemble, êtes-vous satisfaits du rendement de la Société Radio-Canada?

Mme Schuyler: Non. La Société Radio-Canada doit accorder plus de temps d'antenne aux émissions pour enfants et doit consacrer une beaucoup plus grande partie de son budget à ce groupe d'auditeurs.

M. Gormley: Quand vous parlez du temps d'antenne, est-ce que tout cela est déterminé par le marché ou simplement par la programmation de la Société Radio-Canada? Par exemple, cette dernière pourrait-elle, si elle le voulait, libérer la période de 15h30 par exemple? Pouvez-vous nous en dire un peu plus long là-dessus?

Mme Schuyler: Je ne suis pas après tout le porte-parole de la Société Radio-Canada. Je ne sais pas si un de mes collègues voudrait dire quelques mots sur la grille horaire. Ralph?

M. R. Ellis: Je crois que chaque radiodiffuseur est maître de son propre destin; ainsi, il décide ce qu'il veut faire, et le fait compte tenu des restrictions économiques et budgétaires. Jadis, la Société Radio-Canada réservait une période donnée cinq jours par semaine pour les enfants. Si je ne me trompe, il s'agissait de la période allant de 16 heures à 18 heures, cinq jours par semaine. Cette période a diminué progressivement au fil des ans, pour des raisons quelconques, et aujourd'hui elle n'existe plus. Puisqu'on avait réservé une période de ce genre à l'époque, je ne vois vraiment pas pourquoi on ne pourrait plus le faire maintenant.

M. Rainsberry: Monsieur Gormley, je crois qu'en partie le problème que vous avez décelé est attribuable au fait que les parents nord-américains veulent que leurs enfants—et je ne dis pas que vous faites partie de ce groupe—deviennent des adultes le plus tôt possible. C'est beaucoup plus pratique pour les responsables de la programmation, particulièrement si l'émission conçue pour le grand public plaît également aux enfants. Je crois que le temps est venu de reconnaître que les enfants

[Texte]

special audience and that something must be done. Once we recognize that, then I think something will be done.

I think it was Linda who referred to the fact that in other countries that take children's programs seriously, being a producer of children's programs has high status. Here it is a way station to becoming an adult producer.

To solve the problem, I would suggest, and we did discuss this I think, that a regular air time be assigned on all the networks, but not the same time; let us vary the times. The CBC, it has already been mentioned, used to have a magazine program. I call it showcasing, providing an opportunity so that when children come to the TV set at 5 p.m. on any weekday they meet their friends who present interesting information, dramatic situations. And so the single programs we have here and there would suddenly have a new identity and have much more impact.

TVO, for example, does *Polka Dot Door* at 6 p.m. They have done studies on this, and this is a very good time for them to show that program. You can see how there can be some overlapping with some joint planning. The private networks, and Mr. Stewart will speak to that, are able to do things for children in special ways. I will let him address that point.

Mr. Gormley: I could not agree with you more, other than if you have to pry your children away for dinner.

Mrs. Finestone: I appreciated very much your observation that time and money is very key; and particularly if we want to keep our Canadian identity, I think it is crucial, and we cannot afford not to.

Your comment with respect to a way station to becoming an adult is I think a rather sad critique, and becomes more so in terms of ongoing and real concern that we should be looking at as we look at the demography of Canada and the aging of our population. If we do not pay much closer attention to that demographic look, and some attention perhaps to immigration policy which has lots of broadcast policy inherent in it, I think we are going to be in a very sad way.

Ms Schuyler, my grandchildren will perhaps never understand and appreciate how important *Howdy Doody* was to my children. What is happening with respect to financing of *DeGrassi Junior High*? How do you find negotiating with Telefilm, and has it been a problem?

The Chairman: In 90 seconds or less.

Mrs. Finestone: Take all your time. We need our preparation for our face-off.

[Traduction]

représentent un public spécial qui mérite quelque chose de spécial. Une fois qu'on aura reconnu cette réalité, nous pourrions faire quelque chose.

Je crois que c'est Linda qui a signalé que, dans d'autres pays qui prennent la programmation pour enfants au sérieux, les réalisateurs d'émissions pour enfants sont des gens importants. Ici, celui qui réalise des émissions pour enfants attend simplement le moment où il pourra réaliser des émissions pour adultes.

Nous avons discuté de la question et voici comment je propose de régler le problème: tous les réseaux devraient réserver une période donnée aux émissions pour enfants. Cependant, aucun des réseaux n'offrirait la même période. On a déjà signalé que la Société Radio-Canada avait jadis un magazine pour enfants. Ainsi, quand les jeunes se trouvent devant la télé à 17 heures, pendant la semaine, ils rencontrent en quelque sorte leurs amis qui leur présentent des renseignements et des situations intéressants. Ainsi, les émissions que nous offrons joueraient un rôle beaucoup plus important pour l'enfant.

TVO, par exemple, offre à 18 heures, l'émission *Polka Dot Door*. Des études effectuées à cet égard ont révélé que c'est une bonne heure pour cette émission. Ainsi, s'il y avait planification, plusieurs heures pourraient être consacrées aux enfants. Les réseaux privés, comme vous l'expliquera M. Stewart, peuvent faire des choses spéciales pour les enfants. Je le laisserai vous en parler.

M. Gormley: Je suis parfaitement d'accord avec vous. Le seul problème est qu'il sera difficile de convaincre les enfants de venir dîner.

Mme Finestone: Je suis consciente de la validité de votre commentaire, soit que le temps et l'argent sont les éléments fondamentaux; je crois de fait que cela est très important tout particulièrement si nous voulons préserver notre identité canadienne.

Votre commentaire sur le fait que l'enfance n'est qu'une étape qui mène au monde adulte me rend un peu triste; cependant, c'est une remarque bien pertinente lorsque l'on étudie la démographie du Canada et le vieillissement de sa population. Si nous n'accordons pas l'importance appropriée à ce profil démographique, et à la politique d'immigration qui a de nombreux liens avec la politique de radiodiffusion, nous aurons de très graves problèmes.

Madame Schuyler, mes petits enfants ne comprendront peut-être jamais à quel point l'émission *Howdy Doody* était importante pour mes enfants. Qu'en est-il du financement de l'émission *DeGrassi Junior High*? Avez-vous éprouvé des problèmes lors de vos négociations avec Téléfilm Canada?

Le président: Il ne faudrait pas prendre plus de 90 secondes pour répondre à cette question.

Mme Finestone: Prenez tout le temps nécessaire. Il faut que nous nous préparions en vue de nos discussions avec ce groupe.

[Text]

Ms Schuyler: In order to make *DeGrassi Junior High* work, I need a strong commitment from a Canadian broadcaster, which I do have—at this point from the CBC—and I need a large involvement from Telefilm. And I still cannot produce it with that. I need strong involvement from an American co-producer. In *DeGrassi Junior High* we have PBS as our American partner.

My preference, of course, would be to finance it completely through Canadian financing. We have tried very hard in our show to fight this, but the moment you accept money from outside sources, some compromise goes along with that. You cannot avoid it. From our personal point of view, I have found dealing with Telefilm Canada quite satisfactory. They have been very supportive of our series. They have helped with our negotiations with CBC and with PBS. I do not have a personal—

• 1215

Mrs. Finestone: Have you had all the financing you need for your next couple of seasons?

Ms Schuyler: Yes, we have a signed contract.

Mrs. Finestone: Are you aware of other people who are having difficulties but who have equally good or potentially good programs?

Ms Schuyler: Not personally, but I do know there is a problem out there. I am very concerned about what is going to happen to us in the third season. I do not know if I am going to be able to turn to Telefilm Canada next year for cycle three of *DeGrassi Junior High*. This is a great concern, because I feel that from CBC right now I am getting virtually the maximum licence fee I can get.

Mrs. Finestone: What percentage is CBC giving you?

Ms Schuyler: I think I am at about 45%.

Mrs. Finestone: What is PBS's input?

Ms Schuyler: This year they were down. Last year I had them in at about 33%. This year they are in at about 26%.

Mrs. Finestone: You are concerned about the impact of the thrust and focus of Canadian content when you bring in a partner who is non-Canadian.

Ms Schuyler: Yes.

Mrs. Finestone: At what percentage of partnership would it be attenuated?

Ms Schuyler: When you are dealing with an American partner, it can be as small as 5%.

[Translation]

Mme Schuyler: Pour assurer la réalisation de *DeGrassi Junior High*, j'ai besoin d'un engagement solide d'un radiodiffuseur canadien—ce que j'ai eu de la part de la Société Radio-Canada—et une participation importante de Téléfilm Canada. Et même avec tout cela, j'ai des problèmes. J'ai besoin d'une forte participation marquée de la part d'un coproducteur américain. Ainsi, PBS est notre associé américain pour la réalisation de *DeGrassi Junior High*.

Evidemment, je préférerais que cette émission soit pleinement financée par des Canadiens. Nous avons fait tout ce que nous pouvions, mais dès que l'on accepte de l'argent de l'étranger, il faut quand même accepter certains compromis. Vous ne pouvez éviter ce genre de situation. Personnellement je crois que nos relations avec Téléfilm Canada sont très satisfaisantes. En effet, cette société a appuyé sans réserve notre émission. De fait, elle nous a aidé dans le cadre de nos négociations avec la Société Radio-Canada et le réseau PBS. Je n'ai pas de...

Mme Finestone: Avez-vous reçu tout le financement nécessaire à la réalisation des deux prochaines saisons?

Mme Schuyler: Oui, nous avons un contrat.

Mme Finestone: Connaissez-vous d'autres groupes qui éprouvent des difficultés mais qui auraient une émission tout aussi bonne à présenter?

Mme Schuyler: Non pas personnellement, mais je sais qu'il existe un problème. Je me demande vraiment ce qui se produira pendant la troisième année. Je ne sais pas si je pourrai m'adresser à nouveau l'année prochaine à Téléfilm Canada pour assurer la réalisation de la troisième année d'émissions de *DeGrassi Junior High*. Cette question nous préoccupe gravement parce que j'ai eu l'impression que j'ai obtenu le maximum de la Société Radio-Canada.

Mme Finestone: Quel pourcentage la Société Radio-Canada vous accorde-t-elle?

Mme Schuyler: Je crois environ 45 p. 100.

Mme Finestone: Quelle est la participation du réseau PBS?

Mme Schuyler: Cette année cette participation a diminué. L'année dernière, ils assuraient environ 33 p. 100, mais cette année cette participation est tombée à 26 p. 100.

Mme Finestone: Vous préoccupez-vous du contenu canadien de votre émission lorsque vous avez un associé qui n'est pas Canadien?

Mme Schuyler: Oui.

Mme Finestone: A quel niveau de participation le Conseil canadien serait-il diminué?

Mme Schuyler: Lorsque vous avez un associé américain, il suffirait peut-être de 5 p. 100.

[Texte]

Mrs. Finestone: They are omnipresent everywhere. Not to say that we do not like to have their programs, we just like to have a little bit of ourselves out there. Are you saying that if the American co-producers took 5% or 10%, they would still nonetheless exercise a degree of control on the intellectual property, which you would not have to have if you were totally free?

Ms Schuyler: Oh, completely.

Mrs. Finestone: If you were dealing with France, let us say, would you have the same problem in co-financing a French production? We have the new animation series with France; I think it was *The Racoons* or something.

Ms Schuyler: I cannot address it; I do know.

Mr. R. Ellis: I have found that with other co-productions, including British, Australian or French co-productions, you never run into the same type of constraints or the same type of desire to control the intellectual aspect or the creative aspect. Maybe part of this has to do with distance and so on, but it is never as big a problem as it is with the U.S. participation.

Mrs. Finestone: What do you define as "family"? Let me put to you the following. John, if Mr. Gormley dealt with it, then please just pass it over. A children's organization appeared before us in Ottawa and claimed that major listening time of children to family broadcasts go as late as from 6 p.m. to 9 p.m., which is prime time for children and youth. My observation on this as a grandmother of three children who, I think, may never know that they are fully Canadian at the rate that we are going, is that we really have to refocus on the children's time.

Has any study been done? You mentioned TVOntario and *Polka Dot Door* at 6 p.m. Has there been any extensive study done on what is really prime time for children? Do you agree that it is the time one should be having children or youth programming? Should we refocus our advertising content rules and our content in general rules around those hours to meet this new need? Or should parents be taking some more responsibility and putting their kids to bed or reading a book?

The Chairman: I think Mr. Stewart has been assigned the responsibility to answer, and I would ask you to be as economic as possible in your response, sir.

Mr. W.A. Stewart (Director, Children's Broadcast Institute): First of all, we come back to the age question. Is it 2 to 12, is it 2 to 10, is it 2 to 17? Basically, my experience is that considering after 8 p.m. as being children's time is really not practical.

[Traduction]

Mme Finestone: Les Américains sont omniprésents. Ce n'est pas que nous n'aimions pas leurs émissions, mais tout simplement que l'on voudrait bien avoir quelque chose de canadien sur les ondes. dites-vous que si les coréalisateurs américains assuraient un financement de 5 ou 10 p. 100, ils voudraient néanmoins exercer un certain contrôle sur la propriété intellectuelle, ce qui ne serait pas le cas si vous étiez absolument libre?

Mme Schuyler: C'est vrai.

Mme Finestone: Si votre associé était la France, par exemple, éprouveriez-vous les mêmes problèmes s'il y avait cofinancement d'une émission française? Nous avons une nouvelle émission de dessins animés qui est coréalisée avec la France; je crois que cela s'appelait *The Racoons* ou quelque chose du genre.

Mme Schuyler: Je ne peux pas répondre, je ne suis pas au courant.

M. R. Ellis: Lorsque nous avons des programmes de coréalisation avec d'autres pays, la Grande-Bretagne, l'Australie ou la France, nous n'avons jamais le même genre de restrictions ou de désir de contrôler l'aspect intellectuel ou l'aspect créatif. Peut-être le facteur distance doit-il entrer en ligne de compte, mais de toute façon c'est lorsqu'il y a participation américaine que l'on éprouve tous ces problèmes.

Mme Finestone: Qu'entendez-vous par «famille»? Je vais vous expliquer. John, si M. Gormley a déjà posé la question, dites-le moi. Un organisme représentant les enfants s'est adressé à nous à Ottawa et a dit que la période pendant laquelle les enfants regardaient les émissions familiales allait de 18 heures à 21 heures qui est la période d'écoute des enfants et des jeunes. Après avoir étudié le comportement de mes trois petits enfants qui, à moins que les choses ne changent, ne sauront jamais qu'ils sont vraiment Canadiens, et qu'il faut absolument nous concentrer sur les émissions offertes aux enfants pendant cette période.

Des études ont-elles été effectuées à cet égard? Vous avez parlé de TVOntario et de l'émission *Polka Dot Door* qui est diffusée à 18 heures. A-t-on procédé à des études approfondies sur les heures d'écoute maximum pour les enfants? Pensez-vous que le temps est venu d'assurer une programmation pour les enfants et les jeunes? Faudrait-il revoir nos règlements sur le contenu publicitaire et le contenu général pour répondre aux besoins de ces auditeurs pendant ces périodes? Les parents devraient-ils plutôt assumer une partie des responsabilités et dire à leurs enfants d'aller se coucher ou d'aller lire?

Le président: Je crois que c'est M. Stewart qui répondra à cette question; je vous demanderai d'être le plus bref possible.

M. W.A. Stewart (directeur, l'Institut de radiotélévision pour enfants): Il nous faut tout d'abord étudier l'âge de ces auditeurs. Sont-ils âgés de deux à 12 ans, deux à 10 ans, ou deux à 17 ans? L'expérience m'a appris qu'il n'est pas vraiment pratique de parler d'une période d'écoute des enfants après 20 heures.

[Text]

[Translation]

• 1220

We have a lot of problems in the private sector when we purchase an animated children's program that is going to play on a U.S. network. Our marketing people want to sell it on a simulcast basis, but the U.S. network is going to play it at 8 p.m. And if we play that program at 8 p.m. we are swamped with protests from parents who want their children to see it, but say it is too late for them, because they are aimed at younger children. A lot of the people who produce those particular shows call them family shows because they want them in the prime time where the bigger advertising dollar is.

I think as an individual broadcaster there is also a responsibility. . . I have had this conversation many times with parents who complain about a program playing at 9 p.m. that they do not particularly think is suitable to children. I ask them: Do you want children to watch television all day long? I think that time period is much too late to be considered childrens' programming and that prime time for childrens' programming, in our sense of the word, is Saturday morning, Saturday afternoon, and those time periods.

The Chairman: Thank you, Mr. Stewart. And Mrs. Finestone, I should add that the third of those wonderful grandchildren just arrived in the month of October. Congratulations. I did not want to dwell too heavily on it, because I know Dan Heap is going to upstage you in terms of numbers.

Mr. Caldwell: As the father of two young people, not grandchildren. . . it is one of the areas that certainly is of interest to any parent. Let me start off by saying I think children today watch too much television. It is rather sad that we have a situation today in which the biggest selling toy this Christmas is probably going to be the sofa potato or the sofa back that accompanies the kid while he is watching TV. And that is the situation we get into.

Mr. Rainsberry, I can remember when *Howdy Doody* was on—that goes back some time—but it was the only thing we could get in rural Ontario. I think things have changed quite a bit since then.

I am just wondering as to what age group we are looking at. I think, as far as very young children are concerned, there is a certain audience there for them, and the message is getting to them not too badly. I do not know why they do not rerun more of the *Friendly Giant* and *Mr. Dressup*, because you have a whole new generation of children coming on.

Le secteur privé éprouve de graves problèmes lorsqu'il achète une émission de dessins animés destinée aux enfants qui sera également diffusée sur un réseau américain. Nos responsables de la commercialisation veulent qu'il y ait diffusion simultanée mais le réseau américain désire diffuser cette émission à 20 heures. Si cette émission est diffusée par notre groupe à 20 heures, nous sommes inondés de plaintes de parents qui veulent que leurs enfants regardent cette émission mais qui sont convaincus que 20 heures c'est trop tard pour une émission qui est destinée aux jeunes enfants. Un bon nombre de ceux qui produisent ces émissions les appellent des émissions familiales parce qu'ils veulent qu'elles soient diffusées pendant les heures d'écoute maximum car c'est à cette heure que la publicité rapporte le plus.

À titre de radiodiffuseur, je crois également qu'il existe une certaine responsabilité. . . J'ai déjà discuté de la question à plusieurs reprises avec les parents qui se plaignent lorsqu'une émission qui, d'après eux, n'est pas appropriée pour les enfants est diffusée à 21 heures. Je leur demande: voulez-vous que vos enfants regardent la télévision toute la journée? Je crois qu'à cette heure-là il est beaucoup trop tard pour diffuser une émission pour enfants et que les heures d'écoute maximum pour les enfants, tout au moins ce que nous entendons par cela, sont le samedi matin, le samedi après-midi et les autres périodes dont nous avons parlé.

Le président: Merci, monsieur Stewart. J'aimerais préciser que le tout dernier de ces merveilleux trois petits-enfants dont parlait M^{me} Finestone a vu le jour au mois d'octobre. Félicitations. Je ne veux pas en parler en trop de détails parce que je sais que Dan Heap a plus de petits-enfants que vous.

M. Caldwell: Je suis le père de deux jeunes enfants, mais je n'ai pas de petits-enfants. . . Et c'est à ce titre que les émissions pour enfants sont une question qui m'intéresse comme elle intéresse tous les parents. J'aimerais dire, d'entrée de jeu, que je crois que les enfants aujourd'hui regardent beaucoup trop de télévision. Il est triste de constater que le jouet qui sera la plus vendu à Noël est probablement celui que l'enfant aura à ses côtés lorsqu'il regarde la télévision. C'est la situation qui existe actuellement.

Monsieur Rainsberry, je me souviens du bon vieux temps où l'on pouvait écouter à la télévision *Howdy Doody* et cela fait déjà un bon moment, mais à l'époque c'était la seule émission que l'on pouvait obtenir dans les régions rurales de l'Ontario. Je crois que les choses ont beaucoup changé depuis.

Je me pose des questions sur l'âge du groupe dont on parle. Pour ce qui est des tout petits enfants, je crois qu'il existe un public et des services. Je ne sais pas pourquoi cependant on ne présente pas plus souvent des reprises du *Friendly Giant* et de *Mr. Dressup*, parce qu'après tout, il y a toute une nouvelle génération de petits-enfants.

[Texte]

I am more concerned about the 9 to 14 group, which is the real problem we have today, and whether *Video Hits*, or whatever that program is called that is on CBC, is good for teenagers or bad for teenagers. I was very pleased the other day to see that at least between the video hits they are running an anti-drug campaign that the Department of National Health and Welfare Department is running. So I guess there is a subliminal message they are trying to get through.

I am not sure where you start on this whole thing, where you get that audience. Maybe you can comment on some of the comments I am making, rather than me asking you questions. The children today of course have more money than they used to have. They can go to the drugstore or the Mac's Milk store or wherever and buy a video for a couple of dollars and take it home. Many of the kids have their own videos—not mine, but many of them have their own VCRs, they have their own TV sets, they have their own rooms. And it is very difficult for parents to judge exactly what they are watching.

I have found, sitting down with my 10-year-old and 13-year-old, that I am often embarrassed by some of the programs they are watching, because originally these programs were designed to be put on past the children's time. All of a sudden *Magnum P.I.* is being shown at 4 p.m. or 5 p.m. Do you have any comments on that? I do not really have any questions per se. It is a real problem that I do not know how this committee is going to deal with, or what recommendations we can make. Do you have any comments on my comments?

Mr. Rainsberry: Well, I sympathize with everything you have said and I think the only answer is to ensure that a facility like the CBC, which is a national network, provides daily an opportunity for children to come together and meet people with whom they can relate, people older than themselves who understand and are not condescending to children, not patronizing, and that it enables them to share, as it were, a sense of community about the information which we all value.

• 1225

Mrs. Finestone asked if there was any research. There is little research to support the opinions we all have. I would like to remind you that the CBI came out of a national conference on children's television held in 1970. It asked the question: How do we bring together parents, social agencies, public and private broadcasters, and concerned people so that we can develop an understanding of what should be done? The answer was the formation of the CBI. The Canada Council funded that conference. I think it is time we developed a national focus and developed some critical awareness of what good television is.

[Traduction]

Je me préoccupe tout particulièrement du sort des enfants âgés de 9 et 14 ans, le groupe problème quoi; je me demande si l'émission *Video Hits*, ou peu importe comment s'appelle cette émission de CBC, est appropriée pour les adolescents. J'ai été très heureux l'autre jour de constater qu'entre deux bandes vidéo on a présenté une annonce qui porte sur la campagne publicitaire anti-drogue menée par le ministère de la Santé et du Bien-être social. Je suppose que c'est le message qu'on veut faire passer.

Je ne sais pas où l'on peut commencer, où l'on trouve ce public. Peut-être voudrez-vous répondre à certains de mes commentaires qui ne sont pas de fait des questions. Aujourd'hui, les enfants, évidemment, on plus d'argent. Ils peuvent se rendre à la pharmacie ou au dépanneur du coin, ou peu importe, et pour quelques dollars acheter un vidé et l'apporter à la maison. Bon nombre de ces enfants ont leur propre magnétoscope—pas les miens, mais il y a quand même beaucoup d'enfants qui ont le magnétoscope, qui ont leur propre télévision et leur propre chambre. Les parents ne savent donc pas exactement ce que leurs enfants regardent.

Quand je regarde la télévision avec mes deux jeunes qui ont respectivement 10 et 13 ans, je suis souvent gêné de certaines des émissions qu'ils regardent; en effet, à l'origine, ces émissions étaient conçues pour être diffusées après l'heure d'écoute des enfants. Cependant, maintenant on peut regarder *Magnum P.I.* à 16 heures ou à 17 heures. Qu'en pensez-vous? Je n'ai pas vraiment de questions à vous poser. Il s'agit d'un grave problème, et je ne sais pas ce que le Comité peut faire ou quelles recommandations il pourra formuler. Que pensez-vous de ce que j'ai dit?

M. Rainsberry: Bien, je comprends fort bien ce que vous vouliez dire et je crois que la seule façon de régler le problème est d'assurer que les services comme la Société Radio-Canada, qui est un réseau national, offrent tous les jours, l'occasion aux enfants de se rencontrer et de rencontrer des gens avec qui ils peuvent communiquer, des gens plus âgés qu'eux qui les comprennent et qui ne le traitent pas avec condescendance; ainsi, les enfants se sentent bien, savent qu'ils font partie d'une collectivité et acceptent mieux ces messages qui nous sont si importants.

M^{me} Finestone nous a demandé si des travaux de recherche étaient effectués dans le domaine. Très peu de travaux ont été effectués qui viennent appuyer nos opinions. J'aimerais rappeler que l'IRTE a vu le jour à la suite d'une conférence nationale sur la télévision pour enfants en 1970. On avait alors posé la question suivante: comment regrouper les parents, les organismes sociaux, les radiodiffuseurs publics et privés, et les intéresser afin de mieux comprendre ce qu'il faudrait faire? L'IRTE est la réponse à cette question. Le Conseil des arts du Canada a financé cette conférence. Je crois que le temps est venu de se pencher sur la question et de déterminer ce qu'est une bonne émission.

[Text]

Mr. Caldwell: You are also dealing with a change in the whole social structure in Canada and around the world. We have two people working now; many kids are therefore coming home by themselves, and the first thing they do is turn the TV on. The parents do not have any idea what they are watching. I am not blaming the parents; part of this is economic. But maybe we should be looking at a much broader view, putting the television into the schools or something. Maybe we should force-feed them some of these things. Somehow we have to get them to watch programs that carry a message.

Ms Schuyler: *DeGrassi Junior High* is shown in a lot of the schools. It is sold to school boards throughout Canada. It is available on film and video and comes with a very extensive teacher's guide. Good children's programming should be both entertaining and educating; the two are not mutually exclusive. Your comments about children being in control of the box are true. They are watching a lot of television. If there was ever a time where we needed to be concerned about the quality of programming, it is now.

There is a lack of time slots; there is a lack of money. It is also very difficult to keep good producers working on children's material. When you cannot reward a producer with a good time slot for a show that she has worked hard on, when you cannot the financial rewards obtainable from adult programming, you do not keep the good producers. My partner and I have been faced with some very interesting offers to go to the U.S., but I do not want to go. I want to stay here, but I am concerned with whether I am going to get money from Telefilm next year. What kind of support am I going to be getting here at home? I feel we have received more recognition internationally for what we are doing than I have here.

Mr. Caldwell: Welcome to Canada.

Mr. Heap: I want to focus on your remark that children are a special audience. I strongly agree with that, although I do not have positive suggestions to make, except that this relates to the question of whether the children's program should be originals or repeats of adult programs. Obviously the content should be comprised mainly of originals. The question is how to focus those originals.

I am concerned particularly with one aspect of it. I guess since about the age of eight I have been addicted to reading the daily comics and the weekly coloured comics. Even though some of them bore me stiff, I find the habit

[Translation]

M. Caldwell: Il ne faut pas oublier que la structure sociale au Canada et dans le monde tout entier change. Aujourd'hui les deux parents travaillent; ainsi, lorsque bon nombre d'enfants rentrent à la maison, personne n'est là pour les accueillir et ils se rendent immédiatement au téléviseur. Les parents ne savent absolument pas ce que les enfants regardent. Je ne blâme pas les parents, car la situation est attribuable, en partie, aux circonstances économiques. Peut-être faudrait-il étudier le problème d'un angle beaucoup plus général, peut-être même penser à des télévisions dans les écoles ou quelque chose du genre. Peut-être faudrait-il forcer les enfants à regarder de bonnes émissions. Il faut absolument les convaincre de regarder des émissions qui ont un message à communiquer.

Mme Schuyler: L'émission *DeGrassi Junior High* est présentée dans bon nombre d'écoles. De fait, l'émission est vendue aux commissions scolaires du pays tout entier. Il est disponible sur film et vidéo et est accompagné d'un guide très détaillé pour l'enseignant. Une bonne émission pour enfants devrait être à la fois divertissante et éducative. Ces deux caractéristiques ne s'excluent pas mutuellement. Vous avez raison quand vous dites que ce sont les enfants qui décident quelles émissions ils regarderont. Ils regardent beaucoup de télévision. Le temps est venu de se préoccuper de la qualité des émissions de télévision.

Il n'y a pas suffisamment de périodes libres; il n'y a pas suffisamment d'argent. Il est également très difficile de convaincre les bons réalisateurs de préparer des émissions pour les enfants. Lorsque vous ne pouvez pas récompenser une réalisatrice pour l'émission pour laquelle elle a travaillé très fort en lui offrant une bonne heure de diffusion, lorsque vous ne pouvez pas lui offrir les mêmes avantages financiers que vous offrez aux réalisateurs d'émissions pour adultes, vous avez beaucoup de difficulté à convaincre les bons réalisateurs à rester ici. Mon associé et moi avons reçu des offres très intéressantes des États-Unis, mais je ne veux pas partir. Je veux rester ici mais je me demande si Téléfilm me donnera l'argent nécessaire l'année prochaine. Quel genre d'appui recevrais-je ici au Canada? J'ai l'impression que nous sommes plus prisés internationalement que nationalement.

M. Caldwell: C'est le Canada!

M. Heap: Je veux revenir à un de vos commentaires, soit que les enfants sont un public spécial. Je suis parfaitement d'accord avec vous, mais je n'ai pas de suggestion positive à présenter; je me demande cependant si les émissions offertes aux enfants devraient être des émissions originales ou des reprises d'émissions destinées aux adultes. Evidemment le contenu devrait être en grande partie original. Cependant on peut se demander ce que l'on doit présenter dans ces émissions originales.

Je me préoccupe d'un de leurs statuts particuliers. Je crois que depuis l'âge de 8 ans je suis passionné des bandes dessinées des quotidiens et des B.D. en couleurs hebdomadaires. Même si certaines sont assommantes, je

[Texte]

to be unbreakable in the last half-century. I can stay away from television easier than I can stay away from the comic strip, partly because the strips are short. However, when I have looked at the Saturday menu of TV cartoons, I have been discouraged. There is a great emphasis on violence; the whole tone of it is patronizing and it appeals to the minimum of intelligence in most cases. Often the propaganda in there is not very well disguised, and more often that not it is xenophobic.

[Traduction]

ne peux me défaire de l'habitude depuis un demi-siècle. C'est plus facile pour moi d'éviter la télévision que de ne pas lire une bande dessinée, en partie parce celles-ci sont plus courtes. Cependant, je trouve les bandes dessinées offertes à la télévision le samedi décourageantes. Il y a beaucoup de violence; on y adopte une attitude de condescendance et on fait appel au minimum d'intelligence dans la plupart des cas. Souvent la propagande y est à peine cachée et le plus souvent xénophobe.

• 1230

I would like to know what your comments are about the content of anything that is produced or selected as children's programming. Is it merely to be entertaining? We know that certain programs have a high rating. Is that criterion the established one? If there are other criteria, what are they? I am not saying that they should all be gloomily educational, but if we are going to talk about children's programs, I would like to know what your comments are about what you people would like to do, apart from trying to get the money to do it and the air time to do it, which are problems. However, supposing you can, what would you like to do with the children's programs?

Je voudrais savoir ce que vous pensez du contenu de tout ce qui est produit ou choisi comme émission pour enfants. Est-ce qu'il doit être divertissant, sans plus? Nous savons que certaines émissions ont une cote élevée. Est-ce le critère établi? S'il y a d'autres critères, quels sont-ils? Je ne dis pas que toutes les émissions doivent être mornelement éducatives, mais pour ce qui est des émissions destinées aux enfants, je voudrais savoir ce que vous autres voudriez faire, sans parler d'obtenir l'argent qu'il faut et le temps d'antenne pour le faire, ce qui constitue des problèmes. Mais supposons que vous ayez ce qu'il faut, quelle sorte d'émissions d'enfant voudriez-vous faire?

Mr. R. Ellis: One of the things we have been giving a great deal of thought to in terms of Canadian children's programming is that there is a considerable body, a growing body, of good Canadian children's books. That would be a great source for new Canadian programs for children and young people. One of the reasons we talk about the need for funds is that, whether you take an original idea and get a scriptwriter to do the scenario or whether you adapt from the printed medium, it takes money. However, it is interesting, in that there is a huge success going on, which is the exact opposite of what is happening in children's television. There is a burgeoning industry in children's books.

M. R. Ellis: Pour ce qui est des émissions canadiennes destinées aux enfants, nous avons pensé beaucoup au fait qu'il existe un grand nombre de bons livres canadiens d'enfants et ce nombre augmente. Cela pourrait être une bonne source de nouvelles émissions canadiennes destinées aux enfants et aux jeunes. Une des raisons pour lesquelles nous parlons du besoin d'argent, c'est qu'il en faut, qu'il s'agisse du travail d'un scénariste ou de l'adaptation d'une oeuvre imprimée. Mais chose intéressante, cela connaît un succès énorme, contrairement à la situation de la télévision pour enfant. L'industrie du livre d'enfants est florissante.

Our feeling is if the funds were available there could be some splendid programs, highly exportable all over the world and yet tremendously meaningful to Canadian children in both English and French. This is one partial answer to your question, but perhaps Fred Rainsberry would like to comment as well.

Nous croyons que si l'on disposait des fonds, on pourrait faire des émissions magnifiques que l'on pourrait exporter partout au monde et qui seraient très enrichissantes pour les enfants canadiens, tant en anglais qu'en français. C'est une réponse partielle à votre question, mais peut-être que Fred Rainsberry voudrait commenter aussi.

Mr. Rainsberry: I share completely your opinion, and I refer also to Linda Schuyler's *The Kids of DeGrassi Street*, in which she dealt with meaningful relationships among children and emphasized above all things the factor of play. As you said, it does not have to be completely didactic in order to be valuable for children. Play is the way in which they learn to express themselves and to develop natural relationships, both with their peers and with adults. This kind of policy, this overseeing of how children grow and develop, is an immensely important factor in the planning of the children's programming. When there is a department of people who are concerned

M. Rainsberry: Je partage complètement votre avis et je signale aussi *The Kids of DeGrassi Street* de Linda Schuyler, où elle a traité des rapports significatifs qui existent entre enfants et où elle a insisté surtout sur l'élément de jeu. Comme vous l'avez dit, il n'est pas nécessaire que l'émission soit complètement didactique pour que les enfants en profitent. Ils apprennent à s'exprimer et à établir des rapports naturels avec leurs pairs et avec les adultes en jouant. Une telle politique de surveillance de la croissance et du développement des enfants est extrêmement importante lorsqu'on planifie les émissions destinées aux enfants. Si un bureau d'un

[Text]

about this, it helps, but the parents need to know it as well.

One last comment I would like to make is that you mentioned about parents becoming more aware of what is going on in television. The Province of Ontario has recently approved the development of a curriculum for the teaching of media in both the elementary and the secondary schools. Out of this I hope will come some more critical awareness among adults of the future.

Mr. Heap: I am glad about what you said about play, because part of what discourages me about cartoons—and I associate most of them with the United States—is that they are adult. The same has happened with the daily comics; they are adult. Fortunately I am an adult now too. However, the cartoons present children as undersized adults, with adult motivations of competition, violence, and self-aggrandizement in extreme ways. If it is possible to have more, as you said, children's play, real play, without being patronizing, I think that would be very healthy.

• 1235

Mr. W. Stewart: I hope it is some consolation to Mr. Heap that the trend today is definitely away from violence in children's programming, on all three U.S. networks, and we expect that trend will continue. There are very, very few children's animated programs being produced that feature violence.

The Chairman: For someone who was brought up on Popeye, you did not turn out too badly. I think the footnote is... you are the grandfather of how many?

Mr. Heap: I am the grandfather of 13. But nearly half of them are in Quebec. It is a little different there; I think it is better.

Le président: Monsieur Blackburn de la belle province, vous êtes père de combien d'enfants?

M. Blackburn (Jonquière): J'en ai deux, monsieur le président.

Je vais poser des questions d'un autre type. J'ai l'impression que nous sommes devenus des vendeurs d'émissions ou de cotes d'écoute de télévision. On dit qu'il faut un nouveau canal de base pour présenter plus d'émissions pour les enfants, qu'il faut augmenter la qualité des émissions pour les enfants, qu'il faut avoir davantage de choix. En tant que parents et éducateurs, n'est-on pas rendus trop loin? Est-ce que nos enfants ne passent pas tout leur temps devant la télévision au lieu d'aller jouer?

A witness: I think one of the major positions we have always taken at the Children's Broadcast Institute is that at the end of the day we are not trying to usurp the responsibility of the parent. We believe the parent's responsibility is for the activity of the child, and we think

[Translation]

ministère s'en occupe ça aide, mais les parents doivent le savoir aussi.

Un dernier commentaire que je voudrais faire est que vous avez mentionné le fait que les parents deviennent plus conscients de ce qui se passe à la télévision. La province de l'Ontario vient d'approuver la mise au point d'un programme d'étude pour enseigner les médias dans les écoles élémentaires et secondaires. J'espère qu'il en résultera une plus grande sensibilité critique chez les adultes de l'avenir.

M. Heap: J'apprécie ce que vous avez dit au sujet du jeu, parce que je n'aime pas que les bandes dessinées soient destinées aux adultes—et à mon avis, la plupart sont américaines. On constate le même phénomène dans les quotidiens. Les bandes dessinées visent les adultes. Heureusement, je suis adulte aussi maintenant. Cependant, les bandes dessinées présentent les enfants comme de petits adultes ayant des sentiments de compétition, de violence et d'égoïsme propres aux adultes, mais poussés à l'extrême. S'il est possible d'avoir plus de jeux d'enfant, comme vous l'avez dit, de vrais jeux, sans condescendance, je pense que cela serait très sain.

M. W. Stewart: J'espère que M. Heap sera soulagé en apprenant que les émissions pour enfants des trois réseaux américains deviennent de moins en moins violentes et nous nous attendons à ce que cette tendance continue. On produit très, très peu d'émissions animées pour enfants où la violence domine.

Le président: Pour quelqu'un qui a été élevé en regardant Popeye, vous n'êtes pas trop mauvais. Je pense qu'il s'agit... combien de petits-enfants avez-vous?

M. Heap: J'ai 13 petits-enfants. Mais près de la moitié demeurent au Québec. La situation est un peu différente là-bas; je pense qu'elle est meilleure.

The Chairman: Mr. Blackburn from *la Belle province*, how many children do you have?

Mr. Blackburn (Jonquière): I have two, Mr. Chairman.

I shall ask you another kind of question. I have the feeling that we have become program salesmen or promoters of television ratings. We are told that we need a new basic channel to present more children's programming, that the quality of children's programs must improve, that there must be more choice. As parents and educators, have we not gone too far? Are our children not spending all their time in front of television instead of playing?

Un témoin: Je pense que l'Institut de radiodiffusion pour enfant a toujours eu comme politique de ne pas nous approprier la responsabilité des parents. Nous croyons qu'il incombe aux parents de surveiller l'activité de l'enfant et qu'il ne nous appartient pas de dicter. Mais

[Texte]

it would be wrong for us to dictate. The one thing we do feel we have an important mission for is to inform and put information before parents, so when we are aware of useful information, we make it available. That is how the CBI feels.

M. Blackburn (Jonquière): Votre commentaire a un certain poids, mais il faut prendre conscience du fait que lorsque l'on offre davantage de services, il y a des conséquences de l'autre côté.

Vous ne souhaitez pas que nous ayons un canal de télévision payante spécialement pour les émissions enfantines. Par contre, vous dites qu'on devrait avoir un canal de base. Ce canal de base, qui le paierait?

A witness: In our thinking on the subject, it was the assumption that if there were a universal children's channel on pay, it would be paid for by the cable companies, which presumably would then pass it on, 25¢ a month or 30¢ a month or whatever it is, to the cable services, to the customers.

• 1240

Le président: Monsieur Blackburn, vos questions sont très intéressantes, mais nous devons quitter la salle à 12h50.

I am going to ask that you put together the balance of your questions and that any other members or the staff who have further questions will submit those questions to the witnesses in writing, because we have one more set of witnesses to see and we must do that in 20 minutes' time.

Thank you very much for your help today. It has been most useful to us.

We will ask to come forward the Association of Television Producers and Directors, who are associated with CBC Toronto. I regret that we are so pressed for time. I am going to ask you to keep your introductory remarks short so we will have maximum time for questions and answers. Mr. Amber, would you introduce your colleagues and give us your statement.

Mr. Arnold Amber (President, Association of Television Producers and Directors (Toronto)): Thank you very much, Mr. Chairman. With me are two vice-presidents of the association, Mr. David Barlow and Mr. Robin Taylor. We thank you very much for the opportunity to appear before you today. I know that we are pressed for time, so I will just make some very brief comments.

We are concerned, as we stated in our brief, that the process continues unabated and seems to be without end. We do not make this as a criticism of your committee, but we are very concerned that months slip by and we seem to be no further ahead towards a Broadcasting Act. Additional problems come up, such as last week concerning Telefilm. The situation seems more chaotic, rather than more stable, less predictable, rather than more stable. These things concern us.

[Traduction]

nous croyons qu'il est de notre devoir d'informer et de présenter l'information aux parents. Donc si nous avons des renseignements utiles, nous les fournissons. C'est l'avis de l'IRE.

Mr. Blackburn (Jonquière): Your comment carries some weight, but you must be aware that when more services are provided, there are consequences on the other side.

You do not want us to have a pay television channel especially for children's programs. However, you say that we should have a basic channel. Who would pay for this basic channel?

Un témoin: Nous supposons que les câblodistributeurs paieraient un canal d'émissions pour enfants accessible à tous et qu'ils le feraient payer à leurs abonnés à raison de 25 ou 30c. par mois, par exemple.

The Chairman: Mr. Blackburn, your questions are very interesting, but we must leave the room at 12:50 p.m.

Je vous demande de regrouper vos autres questions et que tous les autres membres du Comité ou du personnel qui ont d'autres questions les fassent parvenir aux témoins par écrit, parce qu'il nous reste un autre groupe de témoins à entendre dans 20 minutes.

Merci beaucoup de nous avoir aidés aujourd'hui. Cela nous a été très utile.

Nous convoquons à la table l'*Association of Television Producers and Directors*, qui sont associés à la CBC de Toronto. Je regrette que nous soyons si pressés. Je vous demande de limiter votre déclaration liminaire afin que nous puissions avoir le plus de temps pour les questions et réponses. Monsieur Amber, veuillez présenter vos collègues et faire votre exposé.

M. Arnold Amber (président, Association of Television Producers and Directors (Toronto)): Merci beaucoup, monsieur le président. Je suis accompagné de deux vice-présidents de l'Association, MM. David Barlow et Robin Taylor. Nous vous remercions beaucoup de nous avoir donné l'occasion de comparaître devant vous aujourd'hui. Je sais que nous sommes pressés; donc, je ne ferai que de très brefs commentaires.

Comme nous l'avons dit dans notre mémoire, nous nous préoccupons de ce que le processus se poursuive sans fin, semble-t-il. Ce n'est pas une critique à l'endroit de votre Comité, mais nous nous inquiétons de ce que les mois passent sans qu'on voie une nouvelle loi sur la radiodiffusion poindre à l'horizon. De nouveaux problèmes se présentent, comme celui de Téléfilm la semaine dernière. La situation semble plus chaotique, et non plus stable, moins prévisible, et non plus assurée. Ceci nous préoccupe.

[Text]

All I would like to do, besides bringing this to your attention, is update our brief in two regards. On page 2 of our brief we spoke to item 10.14, the CBC use of American commercial programming. As you probably know—and I do not know if anyone from the CBC appeared before you and formally told you of this—the CBC is in the midst of putting into effect a plan, called the 1991 plan, which would bring Canadian content at the CBC up to the 95% level. In effect, it is the total Canadianization of the CBC network's presentations. So in that respect, what we supported in Caplan-Sauvageau at 10.14 is on its way to becoming true.

The only other point we would like to bring to your attention is the fact that our concern as stated in Caplan-Sauvageau concerning labour relations at the CBC has not been acted upon by any of the Ministers we contacted about this. On page 11 of our brief and at 10.35 of Caplan-Sauvageau the recommendation was made that the Ministers of Communications and Labour should jointly establish a committee of inquiry to conduct a thorough investigation of labour relations at the CBC.

We, along with all the other unions at the CBC, wrote to the two Ministers right after Caplan-Sauvageau came out. I regret to have to tell you that other than the normal letter of acknowledgement we have heard nothing from them. I should also tell you that in these times of incredible technological change and of incredible programming philosophy changes and practical changes at the CBC, like a 1991 plan, this is not the time for any strife at the CBC between labour and management. I personally do not understand why the Ministers would not have acted on this a full 13 months after the request was put in. Those are our comments.

• 1245

The Vice-Chairman: Thank you, Mr. Amber. The chairman is hoping to conclude the oral questions as quickly as possible. I would remind the witnesses that we would like to be able to submit some written questions to you for your consideration. You may answer us in writing later.

Mrs. Finestone: I would like to address questions to you about your concern about CRTC policy making. You make the point that the standing committee is initiating policy debate, but the CRTC is acting. I think this committee made it quite clear to the Minister that we were disappointed with her answer to our fifth and sixth report. Because we had tabled our response before the CRTC, the Minister indicated that she thought it might be taken into account.

[Translation]

Tout ce que je voudrais faire, en plus de vous signaler cela, est de mettre à jour deux points de notre mémoire. A la page 2 de notre mémoire, nous avons mentionné le paragraphe 10.14, l'utilisation que Radio-Canada fait de la programmation commerciale américaine. Comme vous le savez probablement—et j'ignore si un représentant de Radio-Canada a comparu devant vous et vous en a informés officiellement—Radio-Canada est en train de mettre en oeuvre un plan, intitulé le Plan 1991, selon lequel le contenu canadien du réseau anglais serait amené à 95 p. 100. En effet, il s'agit de la canadienisation complète des émissions du réseau de Radio-Canada. Donc, à cet égard, ce que nous avons appuyé au paragraphe 10.14 du rapport Caplan-Sauvageau est en train de se réaliser.

Le seul autre point que nous voudrions vous signaler est qu'aucun des ministres avec qui nous avons communiqué à ce sujet n'a donné suite aux préoccupations soulevées dans le rapport Caplan-Sauvageau en ce qui concerne les relations de travail à Radio-Canada. A la page 11 de notre mémoire, et au paragraphe 10.35 du rapport Caplan-Sauvageau, on a recommandé que les ministres des Communications et du Travail établissent conjointement un comité d'enquête pour faire une étude complète des relations de travail à Radio-Canada.

Nous, de même que tous les autres syndicats de Radio-Canada, avons écrit aux deux ministres immédiatement après la publication du rapport Caplan-Sauvageau. Je regrette de vous dire que nous n'avons rien reçu d'eux, sauf l'accusé de réception habituel. Je devrais vous dire aussi qu'à cette époque de changements technologiques incroyables et de changements très marqués, tant au niveau de la programmation que sur le plan pratique, comme le Plan 1991, à Radio-Canada, ce n'est pas le moment indiqué pour une lutte patronale-syndicale à Radio-Canada. Personnellement, je ne comprends pas pourquoi les ministres n'y ont pas donné suite 13 mois complets après la demande. Voilà nos observations.

Le vice-président: Merci, monsieur Amber. La présidence espère terminer la période des questions le plus vite possible. Je rappelle aux témoins que nous avons l'intention de leur soumettre des questions par écrit, auxquelles ils pourront répondre par écrit plus tard.

Mme Finestone: J'aimerais vous poser des questions concernant vos propos au sujet des politiques élaborées par le CRTC. Vous faites observer que le Comité permanent est celui qui a lancé le débat sur les politiques, mais que c'est le CRTC qui agit. Je crois que notre Comité a bien fait comprendre à la ministre qu'il était déçu des réponses qu'il a obtenues à ses cinquième et sixième rapports. Étant donné que nous avons déposé notre réponse auprès du CRTC, la ministre a laissé entendre qu'elle croit que la chose sera prise en considération.

[Texte]

I am sorry the Minister did not determine to make a statement of her own which could have indicated not through power of direction, but merely by Ministerial political will that some of the things we said would be taken into consideration. I believe we should wait. I agree with the Minister. Because she has given us an additional 26 questions to answer, I think we ought to do the Broadcasting Act as a one lump sum. Would you agree that the Broadcasting Act should come down in one piece rather than piecemeal?

Mr. David Barlow (Vice-President, Association of Television Producers and Directors (Toronto)): Yes, I would. As Arnold said, the statement was not meant as a criticism of this committee. I think we would like to see it. We are concerned about this interim period when there seems to be some confusion and a lot of missteps in the system. We hope it will be an integrated and a co-ordinating act. It implies that it be of a piece.

Mrs. Finestone: About the financing of television productions through your independent directors and producers, what is your experience with Telefilm Canada? Because Canadian content is our goal, the role Telefilm Canada plays is very important to developing our Canadian personality as seen on the screen. I will ask you about capital cost allowance and the advertising 150%. . . I want to look at the incentives. What has been the incentive of Telefilm Canada and what are the problems your producers and directors are living with?

Mr. Barlow: Not all of us are staff. In fact relatively few of us are staff. We are contract producers for the CBC. We produce programs which are entirely CBC funded. Members of our association who deal with Telefilm Canada deal with it only along the lines of being the liaison producers from CBC to independent production. They liaise with independent producers to represent CBC's interest in co-production between CBC and independent production.

We have an opinion about it, although we are not directly involved with Telefilm Canada. We are not against the idea of co-production. We feel it enriches the schedule and provides an opportunity to do things that CBC would not be able to afford to do on its own. Generally I agree with you. I think we all agree that the cross-section of programming is improved by a multiplicity of participation.

We are concerned that there still does not seem to be sufficient private involvement in the package. Telefilm Canada is public funding of a different sort. It is perhaps not too extreme to say that independent producers is a slight misnomer. They may be independent of the CBC,

[Traduction]

Je suis désolée que la ministre n'ait pas choisi de faire elle-même une déclaration, non pas sur l'orientation, mais sur la volonté politique du ministère de prendre en considération certains de nos propos. J'estime que nous devons attendre. Je partage l'avis de la ministre. Étant donné qu'elle nous a fourni 26 autres questions auxquelles nous devons répondre, je crois que nous devons examiner la Loi sur la radiodiffusion lorsqu'elle formera un tout. Ne croyez-vous pas qu'il doit s'agir d'une loi globale, et non pas d'une mesure fragmentaire?

M. David Barlow (vice-président, Association of Television Producers and Directors (Toronto)): Oui, je le crois. Mon collègue l'a bien dit, la déclaration ne doit pas être envisagée comme une critique de ce Comité. Voilà ce que nous aimerions voir, je crois. Ce qui nous inquiète, c'est la période intérimaire, alors qu'il semble régner une certaine confusion et beaucoup de mesures apparemment sans but. Nous espérons qu'il s'agira d'une mesure législative intégrée, d'une mesure de coordination. Cela laisse entendre qu'elle formera un tout.

Mme Finestone: Au sujet du financement des productions destinées à la télévision, par le truchement de vos réalisateurs et producteurs autonomes, quels ont été vos rapports avec Téléfilm Canada? Étant donné que le contenu canadien est l'objectif que nous visons, le rôle que joue Téléfilm Canada est plus important pour le développement de notre personnalité canadienne, telle qu'elle apparaît sur le petit écran. Je veux que vous me parliez des modalités d'amortissement et de publicité à 150 p. 100. . . Je veux jeter un coup d'oeil sur les encouragements. Quels encouragements Téléfilm Canada a-t-il fournis et quels sont les problèmes qui se posent pour vos réalisateurs et vos producteurs?

M. Barlow: Nous ne faisons pas tous partie du personnel. En fait, relativement peu d'entre nous en font partie. Nous sommes des producteurs à forfait pour le compte de la CBC. Nous réalisons des émissions qui sont entièrement financées par la CBC. Lorsqu'ils font affaire avec Téléfilm Canada, les membres de notre association se limitent à jouer le rôle de producteurs de liaison entre la CBC et la production autonome. Ils ont des rapports avec les producteurs autonomes qui représentent les intérêts de la CBC en matière de coproduction réalisée par la CBC et un groupe autonome.

Sans être toutefois directement impliqués avec Téléfilm Canada, nous avons des opinions à ce sujet. Nous ne sommes pas contre la coproduction. Nous croyons que cela enrichit la programmation tout en permettant de faire certaines choses que la CBC ne pourrait se permettre de faire elle-même. En général, je suis donc de votre avis. Nous estimons tous, je crois, que la programmation est susceptible d'être améliorée si elle provient de sources diverses.

Nous nous soucions du fait que, dans tout ceci, il n'y a encore pas suffisamment de participation du secteur privé. Téléfilm Canada est une source de fonds publics d'ordre différent. Ce n'est peut-être pas trop de dire que le terme «producteur autonome» n'est pas tout à fait exact. Le

[Text]

but they are still largely dependent upon public funds for their production. It seems there is a third major partner out there who has not come on stream to the extent that all of us would have liked. That is private support for programming.

• 1250

Mrs. Finestone: In light of that, have you some observation with respect to the percentage of dollars that should be supplied vis-à-vis the broadcaster and Telefilm Canada? That is number one. Number two, do you feel there should be something like a 50% contribution by the independent producer, even if he is linked into public funds, versus the in-house production producers?

Mr. Barlow: I believe that when Telefilm Canada started the idea was that it would be a third, a third, and a third—that the broadcaster would participate to a third, Telefilm would participate to a third, and private financing would support production for the other third. This has been adjusted in the face of reality, the realities of programming. I thought that was in theory a good package. By the same token I understand the reluctance on the part of Telefilm Canada and the CBC to be stuck to one specific formula.

I think the advantage of a variety of ways of producing television in this country, whether it is in-house, CBC, with Telefilm or purely independent, is that a program can then be directed to the way of funding that best suits the program. There are things that only the CBC can do, that independent production would not be interested in doing or could not afford to do. There are programs that I would think should be able to get a third and a third and a third package. There are other programs that I believe will only happen if they are on the basis of a 50:50 split between Telefilm Canada and the CBC. We just feel there are not enough of those third, third, and a third packages. It seems to be that everything—

Mrs. Finestone: Can you have a third in the third sector of private without recognizing that that is risk capital and that if you capped the capital cost allowance you are in a very bad way in terms of sending a message out there to the risk capital investors?

Mr. Barlow: We come back full circle to the idea of a coordinated production policy. You cannot ask for a third of private participation in this very fragile production world and then turn around and do something like the capital cost allowance cut-backs. Those mixed signals are just not the way you can run a proper production environment.

Mrs. Finestone: With respect to some witnesses here this morning, the influence that is brought to bear when you go into co-production with a foreign country. Has it

[Translation]

producteur peut être autonome vis-à-vis de la CBC, mais il dépend toujours largement des fonds publics pour ses productions. Il semble qu'il y ait un troisième associé important dont la présence ne s'est pas faite sentir aussi fortement que nous l'avions tous escompté. Il s'agit du secteur privé et de son financement de la programmation.

Mme Finestone: Cela dit, avez-vous des observations à faire concernant le pourcentage des montants qui devraient être fournis aux radiodiffuseurs et à Téléfilm Canada? C'est là ma première question. Ma deuxième, croyez-vous que la contribution de producteurs autonomes devrait se situer aux environs de 50 p. 100, même s'ils disposent de fonds publics, par rapport aux responsables de la production interne?

M. Barlow: Lorsque Téléfilm Canada a émis l'idée que la contribution devrait être divisée en trois parties égales, on voulait que le radiodiffuseur, Téléfilm et le secteur privé fournissent chacun un tiers des coûts de la production. Il a fallu toutefois s'adapter aux réalités de la programmation. En principe, la proposition globale était bonne, à mon avis. Mais je comprends très bien que Téléfilm Canada et la CBC hésitent à s'astreindre à une formule rigide.

Si la diversité des moyens de production au Canada, qu'il s'agisse d'un service interne, de la CBC, de Téléfilm ou d'un organisme purement autonome, offre un avantage marqué pour la télévision, c'est que toute émission peut être réalisée selon le mode de financement qui lui est le plus compatible. Il y a certaines choses que seule la CBC peut faire, que les producteurs autonomes ne sont pas intéressés à réaliser ou qu'ils ne peuvent se permettre. Il y a des émissions où l'on devra pouvoir obtenir un financement égal de la part des trois parties. Je crois aussi qu'il y a d'autres émissions qui ne peuvent être réalisées que si les frais de production sont partagés également entre Téléfilm Canada et la CBC. Nous estimons tout simplement qu'il n'y a pas suffisamment d'émissions financées également par les trois parties. Il semble que tout. . .

Mme Finestone: Peut-il y avoir une contribution du troisième associé, le secteur privé, si l'on n'admet pas que cet apport de capital comporte un certain risque et que, si un maximum est imposé à l'amortissement, c'est peut-être une bien piètre façon d'attirer les investisseurs?

M. Barlow: Nous en revenons toujours à l'idée d'une politique de production coordonnée. Dans cet univers fragile de la production, on ne peut à la fois demander le concours du secteur privé et imposer une limite aux amortissements autorisés. Ce n'est pas avec la carotte et le bâton que l'on peut créer un climat propice à la production.

Mme Finestone: Selon certains témoins qui ont comparu plus tôt ce matin, une certaine influence s'exerce lorsque la coproduction implique un pays

[Texte]

been your experience that it does change the focus and thrust of the Canadian content when you are in co-production?

Mr. Barlow: Once again, that is probably better answered by our colleagues in the independent production world. They are the ones who would receive the pressure directly.

Mrs. Finestone: But you are seeing it inside the house if you are affiliated as the producer or director for CBC. Can you see a change from the initial concept that is deposited and the seeking of finance and in the final project?

The Chairman: If you can give us a 20-second answer, fine. If not, please give it in writing. Which would you prefer? I am serious.

Mr. Barlow: We would prefer to answer that in writing.

The Chairman: Please do. I am sorry we are rushing this along, but I am going to divide the remaining time between Mr. Caldwell and Mr. Heap. Mr. Caldwell.

Mr. Caldwell: I will ask, if you can, to give very brief answers. I will try to ask brief questions. Were you involved in the planning stages of the 95% Canadianization of the CBC? Were your organization and management, did you discuss this together?

Mr. Amber: The 91 proposal came out of a conference that was held earlier this year and participating in that was management people and producers from across the country, not just our union. So yes, we participated first in the original idea of doing it and doing it now. Second, a lot of us participated in committees which were then struck from March right through until July that developed the plan.

Mr. Caldwell: There is always a debate as to whether in-house productions or sourced outside productions are more expensive. Do you feel in-house productions can be done just as cheaply as those outside?

Mr. Amber: In some cases probably cheaper, in other cases not so. It depends on the nature of the production. It depends on the city it is being done in, what excess capacity may be situated in a studio or among the work force. So to give you a straight answer that holds for all cases is impossible. There is also a lot of creative bookkeeping in this country in our industry. That is why I am very leery when I hear statements that "Telefilm has been really great for us". By what measurements? How are you measuring it? What are your goals? This is why we keep talking about a comprehensive approach to the Broadcasting Act. I think everything should be looked at. To answer your question, some are and some are not.

[Traduction]

étranger. Selon vous, le contenu canadien risque-t-il d'être modifié et altéré dans le cas d'une coproduction?

M. Barlow: Encore une fois, ce sont nos collègues, les producteurs autonomes, qui sont probablement le plus en mesure de répondre à cette question. C'est sur eux que de telles pressions doivent s'exercer.

Mme Finestone: Mais vous devez pouvoir l'attester, pour les services internes, si vous êtes affilié à titre de producteur ou de réalisateur de la CBC. Y a-t-il un décalage entre le concept initial et la réalisation finale, en raison des sources de financement que vous avez cherchées?

Le président: Si vous pouvez répondre en 20 secondes, bien; sinon, veuillez nous répondre par écrit. Que préférez-vous? Je suis sérieux.

M. Barlow: Nous préfererions vous répondre par écrit.

Le président: Veuillez nous répondre ainsi. Je regrette d'avoir à presser le pas, mais je vais partager le temps qu'il nous reste entre MM. Caldwell et Heap. Monsieur Caldwell.

M. Caldwell: Je vous demanderai de me fournir des réponses brèves, si c'est possible. Je vais m'efforcer d'abréger mes questions. À l'étape de la planification, avez-vous concouru à la canadianisation à 95 p. 100 de la CBC? Votre organisation et la direction ont-elles tenu des pourparlers à ce sujet?

M. Amber: La proposition à 91 p. 100 découle d'une conférence qui s'est tenue plus tôt cette année et à laquelle ont participé la direction et les producteurs provenant de tous les coins du pays, non seulement de notre syndicat. C'est donc dire que nous avons concouru à l'élaboration de ce concept et que nous continuons à le faire. Deuxièmement, plusieurs d'entre nous ont siégé aux comités qui ont été établis à partir de mars jusqu'en juillet, en vue de l'élaboration du plan.

M. Caldwell: On se demande toujours quelles sont les productions les plus coûteuses, celles d'origine interne ou celles d'origine extérieure. Croyez-vous que les productions internes puissent être aussi bon marché que les productions extérieures?

M. Amber: Cela n'est vrai que dans certains cas. C'est selon la nature de la production. C'est selon la ville où la production est réalisée, selon que la capacité excédentaire se trouve en studio ou parmi le personnel. Il m'est donc impossible de vous fournir une réponse valable pour tous les cas. Il faut dire aussi qu'au sein de notre industrie canadienne, la comptabilité est souvent fantaisiste. Voilà pourquoi je suis méfiant lorsque j'entends des choses comme «Téléfilm a été bien bon pour nous». Selon quels critères? Comment les évalue-t-on? Quels étaient les objectifs? Voilà pourquoi nous revenons toujours sur l'approche globale à la Loi sur la radiodiffusion. Pour répondre à votre question, c'est parfois oui, parfois non.

[Text]

[Translation]

• 1255

Mr. Caldwell: You were talking about your labour problems. Are you talking about labour problems with your organization, or labour problems you are having with other unions of the CBC? Your contract. . .?

Mr. Amber: No, not all. I am just talking about the general level of harmony between labour and management to get together at the CBC throughout the CBC. There were some very bitter battles over the last couple of years. Some of them are still going on. It is my feeling there has to be a change of culture at the CBC as it concerns management and management and as it concerns management and labour.

Mr. Caldwell: What about the other unions? Is that getting straightened out now?

Mr. Amber: We do not regard that as a major problem.

Mr. Caldwell: Are you mostly working now with tape or ANG-type units rather than film?

Mr. Amber: In my particular case, doing news specials, I work with live or tape. Some of my colleagues work with film, some work with—

Mr. Caldwell: Robin, are you still doing *The Fifth Estate*?

Mr. Robin Taylor (First Vice-President, Association of Television Producers and Directors (Toronto)): Yes. We are mostly on film, because the CBC has not had the capital to provide us with adequate editing suites. It is easy enough to get a film camera and put it on somebody's shoulder and go out and shoot film or shoot on tape. But you have to come back, and the editing of our kind of program is very sophisticated. We would need adequate editing suites. So at that stage there is a gradual movement for a program like *Marketplace* to go onto tape this year.

Mr. Caldwell: How much would you save by going to tape?

Mr. R. Taylor: You would have to look at the capital cost and add it all up again. These simple equations. . . If you stop spending \$500,000 on film and processing of film, as we do, that looks like a saving, because tape itself is much, much cheaper. But then you have to look at the capital costs of setting up the suites. So you would really have to look at it carefully.

I think we are at the stage now where we might be able to balance it out. Film just keeps going up and up in cost. But we could probably balance it out. That is about the best at the moment. We would not save a lot of money.

Mr. Caldwell: The reduction of the size of the crews. . . CBC many years ago was known for the size of its crews

M. Caldwell: Vous avez fait mention de problèmes syndicaux. S'agit-il de problèmes au sein de votre organisation, ou bien de problèmes que vous avez eus avec d'autres syndicats de la CBC? Votre convention. . .?

M. Amber: Non, pas du tout. Il me semble que les syndicats et la direction s'entendent pour faire front commun contre la CBC. Depuis deux ou trois ans, cela a donné lieu à des combats homériques. Dans certains cas, la lutte se poursuit. Je crois qu'il doit y avoir un changement de climat à la CBC, pour ce qui est des rapports au sein de la direction et entre la direction et les syndicats.

M. Caldwell: Et les autres syndicats? Est-ce que les choses s'arrangent en ce moment?

M. Amber: Pour nous, ce n'est pas un problème important.

M. Caldwell: À l'heure actuelle, vous servez-vous surtout de bandes ou d'unités du type ANG, plutôt que de pellicule?

M. Amber: Pour moi, qui fais des reportages spéciaux, de nouvelles, je travaille en direct ou avec des bandes. Certains de mes collègues utilisent la pellicule, d'autres. . .

M. Caldwell: Robin, vous faites toujours *The Fifth Estate*?

M. Robin Taylor (premier vice-président, Association of Television Producers and Directors (Toronto)): Oui. Nous utilisons surtout la pellicule, car la CBC n'a pas les moyens de nous fournir des installations de montage adéquates. Prendre une caméra et tourner un film sur pellicule ou sur bande, c'est assez simple. Mais il faut en faire quelque chose, et le montage qu'exige notre genre d'émission est des plus sophistiqués. Il nous faudrait des installations de montage adéquates. Voilà pourquoi, à ce moment-ci, une émission telle que *Marketplace* va recourir de plus en plus à des bandes cette année.

M. Caldwell: Combien d'économies allez-vous ainsi réaliser?

M. R. Taylor: Il faut examiner les frais d'immobilisations avant d'en faire le compte. Ces simples équations. . . Ne plus acheter pour 500.000\$ de pellicule, comme nous le faisons, cela ressemble à une économie, car les bandes sont beaucoup moins coûteuses. Mais il faut aussi tenir compte des frais d'immobilisations que nécessitent des installations. Il faut donc examiner le tout avant de pouvoir se prononcer.

Nous en sommes aujourd'hui à une étape où un certain équilibre est possible. Les coûts de la pellicule ne cessent d'augmenter. Mais un certain équilibre est probablement possible. C'est le mieux que nous puissions faire en ce moment. Nous n'allons pas aboutir à des économies considérables.

M. Caldwell: La compression des effectifs de tournage. . . Il y a bien des années, la CBC était reconnue

[Texte]

going out. What are you going out with now when you are shooting?

Mr. R. Taylor: The same as we did 12 years ago in *The Fifth Estate*. We have a host—that is, a reporter—a producer, who is also a director, a cameraman, and a sound technician. On occasion, the *The Fifth Estate* sends out a researcher, in the sense of an advance person. So if you are going to Argentina, for example, instead of sending the crew to sit there for two weeks while you deal with all the difficulties, you send this advance person, who lines up interviews, clears protocol problems, and so on, and you are there only a week and you come back.

Mr. Caldwell: You said twelve years ago they went out with five. There were more than five.

Mr. R. Taylor: For *The Fifth Estate*? No. I was at *The Fifth Estate* at the beginning of the season, and quite often we went out with four people. No.

On occasion a special lighting problem. . . Say you had to light this hall. You need somebody in there to light for two days, a lighting specialist. But that is all.

Mr. Caldwell: Good for you.

Mr. R. Taylor: I used to be in the Boy Scouts.

Mr. Heap: I am very concerned with the delay in response to your request for an inquiry into labour relations and practices. I want to point out that you are being treated in much the same way as some standing committees of Parliament are. The report with which I was associated has now waited two years and has had no serious answer from any of the Ministers concerned, although very substantial legislation has been tabled and passed by Parliament in the meantime that ignores the major reports concerned with refugees.

I wonder what ideas you might have about other recourse. Are you seeking allies outside the committees of Parliament for establishing some kind of public inquiry into labour relations at the CBC to do an end-run around Parliament? I would be very interested in any ideas about how Members of Parliament or other citizens could get around the Ministers.

Mr. Amber: Perhaps unlike a standing committee, one of the chief focuses of our lives is not figuring out how to get around Ministers. So we are not doing anything. What we are doing is trying in our own way to deal with management, and management is trying to deal with us. But it almost goes back to this same point we have about the Broadcasting Act: there just has to be a better way to do some of these things. There has to be better communications and we were hopeful that the Ministers would look into it.

[Traduction]

pour ses nombreuses équipes de tournage. Quel genre d'équipe prévoyez-vous désormais lorsque vous tournez un film?

M. R. Taylor: La même qu'il y a 12 ans pour *The Fifth Estate*. Nous avons un animateur—c'est-à-dire un reporter, un producteur, qui est aussi réalisateur, un caméraman et un technicien du son. À l'occasion, *The Fifth Estate* se sert d'un documentaliste, qui fait des recherches à l'avance. Si l'émission doit être tournée en Argentine, mettons, plutôt que d'envoyer une équipe de tournage qui n'a rien à faire durant deux semaines alors que vous essayez de régler tous les problèmes qui se posent, vous envoyez le documentaliste, qui organise les entrevues, etc., ce qui vous permet ensuite de faire le travail en une semaine.

M. Caldwell: Vous dites qu'il y a 12 ans, l'équipe se composait de cinq personnes. Il y en avait plus de cinq.

M. R. Taylor: Pour *The Fifth Estate*? Non. J'ai fait *The Fifth Estate* au début de la saison, et bien souvent, nous n'utilisions que quatre personnes.

Il peut y avoir parfois un petit problème d'éclairage. . . Prenons l'exemple d'une salle qu'il faut éclairer. Il vous faut alors un spécialiste de l'éclairage durant deux jours, mais c'est tout.

M. Caldwell: Mes félicitations.

M. R. Taylor: J'ai déjà été scout.

M. Heap: Je me soucie beaucoup du retard que l'on a apporté à répondre à votre requête concernant une enquête sur les relations et les pratiques de travail. Je tiens à signaler que l'on vous a traités à peu près de la même façon que certains comités permanents du Parlement. Bien qu'il ait paru il y a deux ans, le rapport auquel j'ai concouru n'a pas encore donné lieu à une réponse sérieuse de la part des ministres en cause, quoique des mesures législatives importantes aient été déposées au Parlement et adoptées par ce dernier, compte non tenu des rapports importants qui ont paru au sujet des réfugiés.

Je me demande si vous avez songé à d'autres moyens de redressement. Avez-vous recherché des alliés, les comités du Parlement mis à part, afin qu'il s'effectue une enquête publique sur les relations de travail au sein de la CBC, de façon à contourner ainsi le Parlement? Je m'intéresse à toutes les propositions qui permettent aux députés ou aux autres citoyens de contourner les ministres.

M. Amber: Au contraire des comités permanents, peut-être, l'une de nos principales occupations n'est pas de trouver le moyen de contourner les ministres. Voilà pourquoi nous n'avons rien fait. Nous essayons, à notre façon, de traiter avec la direction, tout comme la direction essaie de traiter avec nous. Mais nous en revenons toujours, pour ainsi dire, à ce que nous pensons de la Loi sur la radiodiffusion: il doit y avoir un meilleur moyen de faire certaines de ces choses-là. Il faut améliorer les communications, et nous espérons que les ministres se pencheraient sur cette question.

[Text]

[Translation]

• 1300

I do not want to sidetrack on it, but we did not come here today to talk about our labour problems. We fully concur with the Caplan-Sauvageau report on that matter. The problems of broadcasting are paramount in our minds and hopefully they will get better whether or not the ministers become involved. We hope they do though.

The Chairman: Thank you very much. Gentlemen, we are sorry to have cut this a bit short. We will have a few follow-up questions to send to you in writing, and we look forward to your response. We are a communications committee, and we need to go next door to communicate with the public of Toronto—and since Toronto is the media capital of the nation, with the nation itself. Thank you very much for your help today.

This session is suspended until 2 p.m.

AFTERNOON SITTING

• 1400

The Chairman: We will call this afternoon's session to order.

Welcome to some of the creators. We are delighted to hear from them. We have Garry Neil, General Secretary, from the ACTRA National Office, also Mr. Jack Gray and Meg Hogarth. Would you begin your presentation, please, Mr. Neil.

Mr. Garry Neil (General Secretary, National Office, ACTRA): Thank you, Mr. Chairman and members of the committee. Our opening statement will be brief because we have had an opportunity at least once to discuss some of these questions with you, and I guess we are eager to see what questions you have of us.

The "Report of the Task Force on Broadcasting Policy" was released about a year ago. In January ACTRA released its response to that report, and then, as I said earlier, we had an opportunity to discuss some of these questions with you. In some ways we feel there has not been a considerable degree of progress made between the release of the report and now, and I guess that is the starting point for some of our concerns.

We are disappointed in particular that the federal government has not yet tabled a new Broadcasting Act. The last one was promulgated in 1968. The world and our own industry have changed very dramatically in the past 20 years, and the act requires major revision if it is to continue to be relevant to Canada's broadcasting system and the entire society as we enter the 1990s. The government's resolve to introduce changes seems to have

Non pas que je veuille éviter d'en parler, mais nous ne sommes pas venus aujourd'hui pour vous entretenir de nos problèmes syndicaux. En l'occurrence, nous souscrivons entièrement au rapport Caplan-Sauvageau. L'important, pour nous, ce sont les problèmes de la radiodiffusion, et nous espérons que les choses vont s'améliorer, que les ministres s'y impliquent ou pas. Nous espérons toutefois qu'ils interviendront.

Le président: Merci bien. Messieurs, nous regrettons d'avoir un peu écourté cette séance. Nous vous ferons parvenir quelques questions par écrit, et nous comptons bien avoir de vos nouvelles. Nous sommes un Comité qui s'intéresse aux communications, et nous devons nous rendre dans la pièce suivante pour communiquer avec le grand public de Toronto—comme Toronto est la capitale canadienne des médias, avec la nation elle-même. Je vous remercie de l'aide que vous nous avez fournie aujourd'hui.

La séance est levée jusqu'à 14 heures.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

Le président: La séance est ouverte.

Je souhaite la bienvenue à certains de nos esprits créateurs. Nous sommes heureux de les avoir parmi nous. Il s'agit de Garry Neil, secrétaire général, du bureau national de l'ACTRA; ainsi que de M. Jack Gray et de M^{me} Meg Hogarth. Veuillez commencer votre exposé, monsieur Neil.

M. Garry Neil (secrétaire général, bureau national de l'ACTRA): Merci, monsieur le président, membres du Comité. Notre déclaration d'ouverture sera brève, car nous avons eu au moins une fois l'occasion de discuter de certaines de ces questions avec vous, et nous nous demandons aussi quel genre de questions vous allez nous poser.

Le rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion a été publié il y a un an. En janvier dernier, l'ACTRA a fait connaître sa réponse à ce rapport, puis, comme je l'ai déjà dit, nous avons eu l'occasion de soulever certaines de ces questions avec vous. Nous estimons que, sous certains aspects, on a réalisé peu de progrès depuis la publication de ce rapport, ce qui entre dans le cadre de certaines de nos préoccupations.

Nous sommes déçus en particulier que le gouvernement fédéral n'ait pas encore déposé de projet de loi sur la radiodiffusion. La loi actuelle a été promulguée en 1968. Or, le monde et notre propre industrie ont évolué sensiblement depuis une vingtaine d'années; aussi la loi exige-t-elle une refonte majeure si l'on veut qu'elle soit toujours compatible avec le système canadien de radiodiffusion et avec la société tout entière, à mesure que

[Texte]

lessened, at least on the public record, if one is to judge from the reponse of the Minister of Communications to both the fifth and sixth reports of this committee.

ACTRA believes that immediate action is necessary in this area. In fact, as every week passes, it becomes more and more critical for the government to revise the Broadcasting Act. We already have, in our view, a serious policy vacuum, and this vacuum has permitted the CRTC to decide matters of fundamental policy. All of us, I think, are somewhat apprehensive about the possible consequences for the broadcasting system of the upcoming decision the commission will make concerning the applications for specialty pay-television services. In our view, it is simply inappropriate for a regulatory agency to be deciding such matters of fundamental policy.

One of the more positive aspects of the "Report of the Task Force on Broadcasting Policy" was that it did not get lost in a maze of complex and often conflicting technological data. While not ignoring the impact of the new technologies on program delivery, the report's central theme is that the fundamental question to be tackled is how do we provide Canadians with a greater choice of high quality Canadian programming. Further, the report urges that additional programming be made available through, in the first instance, the allocation of substantial new resources to the public broadcasting sector, including the licensing of new public channels, and in the second instance through more stringent regulation of the private broadcasting sector to ensure that a greater share of revenues flow to the production of quality Canadian programs.

These central themes of the report of the task force must be the focus in guiding our examination of the broadcasting system. Yes, we must examine the role of technology and regulation, but these examinations must not be allowed to shift fundamentally the focus from these central issues of the production of more and higher quality Canadian programs.

There can and there should be further discussion of the most effective ways of achieving the objective. Indeed, ACTRA notes that the CBC board of directors recently released a new three-year plan which calls for the reduction in non-Canadian programming on its service to 5% by 1991. This is a positive step which must be fully supported, including a commitment from the government to contribute additional financial resources that are required to allow this to occur.

• 1405

Other changes are required at the CBC. CBC needs a new and contemporary mandate. We have argued for

[Traduction]

nous approchons des années 90. L'intention du gouvernement d'apporter une telle refonte semble s'être évanouie, du moins à en juger d'après ses déclarations publiques, s'il faut en croire la réponse du ministre des Communications au cinquième et au sixième rapports de votre Comité.

L'ACTRA estime que des mesures immédiates s'imposent dans ce domaine. En fait, à mesure que les semaines s'écoulent, il devient de plus en plus impérieux que le gouvernement procède à la refonte de la Loi sur la radiodiffusion. Il existe déjà, à notre sens, un vide sérieux en matière de politique, ce qui a permis au CRTC de trancher des questions de principe fondamentales. Nous appréhendons tous, je crois, les répercussions possibles, pour la radiodiffusion, des décisions imminentes que le conseil prendra vis-à-vis des demandes formulées par les services spéciaux de télévision payante. À notre avis, il ne convient pas que ce soit un organisme de réglementation qui s'occupe de questions aussi fondamentales.

L'un des aspects les plus positifs du rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, c'est qu'il ne se perd pas dans un dédale de données technologiques complexes et parfois contradictoires. Sans oublier l'impact des nouvelles technologies sur la réalisation des émissions, l'idée maîtresse du rapport, c'est que la question fondamentale à résoudre est de trouver le moyen de fournir aux Canadiens une plus grande liberté de choix d'émissions canadiennes de haute qualité. En outre, le rapport insiste pour qu'un plus grand nombre d'émissions soient fournies au moyen, en premier lieu, de l'attribution de nouvelles ressources importantes au secteur public de la radiodiffusion, y compris l'émission de permis à de nouveaux canaux publics, et en deuxième lieu, au moyen d'une réglementation plus stricte du secteur privé de la radiodiffusion, afin de s'assurer qu'une plus grande partie des recettes soient acheminées vers la production d'émissions canadiennes de haute qualité.

Ce sont là les principaux thèmes du rapport du groupe de travail qui doivent guider notre examen de notre système de radiodiffusion. Oui, nous devons examiner le rôle de la technologie et de la réglementation, mais sans que cela nous fasse oublier l'objectif fondamental, qui doit être la production d'émissions canadiennes en plus grand nombre et de meilleure qualité.

Nous estimons que le débat peut et doit se poursuivre quant à la meilleure façon de réaliser cet objectif. En fait, l'ACTRA a remarqué que le conseil d'administration de Radio-Canada vient de publier un nouveau plan triennal selon lequel, d'ici à 1991, son service de programmation non canadienne diminuerait de 5 p. 100. Voilà une mesure positive qui mérite un appui total, y compris un engagement de la part du gouvernement à fournir les ressources financières additionnelles qu'une telle initiative va exiger.

D'autres modifications s'imposent à Radio-Canada. Il lui faut un nouveau mandat qui corresponde à notre

[Text]

some time that the CBC should be reorganized into its component parts. In particular, we have urged the separation of radio and television, the separation of production and distribution, a separate mandate and separate funding for Radio Canada International and the northern services.

In responding to the report of the task force ACTRA endorsed the recommendation regarding the adoption of a 45% Canadian content quota for private broadcasters in the 7 p.m. to 11 p.m. time slot. We endorse this as a first step. The private broadcasting system should do more in the long run, but the urgent need in our view is to implement the 45% requirement. So this would begin to move us in the right direction. While that decision is being implemented by the private broadcasters, we believe we should examine other regulation and other incentives which can be used to achieve higher levels of quality Canadian programming, both in those peak time hours and also throughout the rest of the broadcast schedule.

I would like to note in concluding this rather brief introduction that the goal for ACTRA is clear. We seek the creation of a strong Canadian production industry which utilizes our talents and those of other Canadians. We seek the highest possible level of 100% Canadian production in every category of programming. To accomplish this objective public support of the industry is essential, and the financial contribution the public makes must be channelled to this 100% Canadian production.

In ACTRA's view urgent action is necessary, and one of the components of any strategy must be the implementation of a new Broadcasting Act.

Mr. Jack Gray (ACTRA Writers, ACTRA National Office): We have mentioned the need for general policy direction for the CRTC in the new Broadcasting Act. We are desperately concerned that the proposed national cinema act, which is relevant to your discussions but not necessary to your immediate responsibility, has apparently been gutted. In other words, what we will see will not be really useful for us. It is in the name of harmony with the United States, in an area where I am sure they would have been quite prepared to accept the very reasonable proposals that had been drafted.

We think the maintenance of the principle that public interest remains paramount in Canadian broadcasting and film, primarily for cultural reasons, is essential in the new act. It is also important that public institutions retain practical ways to sustain and extend the public interest.

We think there is a need for clarification of the role of the cable companies, which we believe should be carriers of programming and not producers. We remind you that

[Translation]

époque. Nous soutenons depuis longtemps que Radio-Canada devrait remanier ses structures. En particulier, nous avons préconisé la séparation des services de radio et de télévision, celle des services de production et de distribution, ainsi qu'un mandat et des modalités de financement distincts pour Radio-Canada international et les services du Nord.

Pour ce qui est du rapport du groupe de travail, l'ACTRA appuie la recommandation concernant l'adoption du pourcentage de 45 p. 100 en contenu canadien pour les radiodiffuseurs privés pour les heures d'écoute allant de 19 heures à 23 heures. Nous y souscrivons en tant que première étape. Les radiodiffuseurs privés devraient faire mieux à long terme, mais ce qui est urgent, à notre sens, c'est de mettre en vigueur la règle de 45 p. 100. Ce serait un premier pas dans la bonne voie. Au moment où les radiodiffuseurs privés se conformeraient à cette règle, nous pourrions passer en revue les règlements et d'autres encouragements qui permettraient d'améliorer la qualité de la programmation canadienne, tant aux heures de pointe que pour le reste de la programmation.

Pour terminer cette brève introduction, je dirai que l'objectif à réaliser est bien manifeste aux yeux de l'ACTRA. Nous voulons la création d'une forte industrie de production au Canada, qui ferait appel à nos talents et à ceux des autres Canadiens. Nous voulons parvenir le plus possible à une production entièrement canadienne dans chaque catégorie de la programmation. Pour réaliser cet objectif, l'industrie a besoin de l'appui des pouvoirs publics, dont la contribution financière doit se canaliser vers une production entièrement canadienne.

Dans l'optique de l'ACTRA, des mesures urgentes s'imposent, et l'un des éléments de toute stratégie, c'est la mise en vigueur d'une nouvelle loi sur la radiodiffusion.

M. Jack Gray (ACTRA Writers, bureau national de l'ACTRA): Nous avons dit qu'il faut faire intervenir dans la nouvelle loi sur la radiodiffusion une nouvelle orientation générale concernant les politiques du CRTC. Nous sommes des plus soucieux que le projet de loi sur le cinéma national, qui relève de votre débat, mais sans figurer nécessairement parmi vos attributions immédiates, soit apparemment remis aux calendes grecques. Autrement, ce que nous obtiendrons n'aura guère d'utilité pour nous. On voulait harmoniser nos rapports avec les États-Unis, dans un domaine où, certes, ce pays aurait accepté d'emblée les propositions bien raisonnables qui avaient été rédigées.

Nous estimons qu'il importe que la nouvelle loi maintienne le principe selon lequel l'intérêt public demeure l'élément primordial de la radiodiffusion et du film au Canada, surtout pour des motifs culturels. Il importe également que les pouvoirs publics disposent toujours des moyens pratiques de soutenir l'intérêt public et d'en accroître l'ampleur.

Nous croyons qu'il faut aussi préciser le rôle des câblodistributeurs, qui doivent, selon nous, acheminer la programmation, ce rôle n'étant pas celui des producteurs.

[Texte]

we have consistently over the years rejected the concept of privatizing the public institutions, specifically the CBC, Telefilm Canada and the National Film Board. A distinction should be made between the privatization of a public institution and the use of the private sector to achieve public ends—independent producers for example.

We would ask you once again to consider the establishment—whether that is your role or somebody else's—of specific licence fees or the use of a percentage of the gross revenues of the private broadcasters to set up a fund to be used for the production of Canadian drama. Possibly there could be some adjustments in their responsibilities in respect of content.

We think reorganization of Telefilm Canada is essential, and that is directly related to your concerns in respect of the future of broadcasting. We feel that four or five autonomous units of Telefilm Canada across the country, with increased funding, might better serve our needs, particularly in regional terms.

We have 322 other points that we would be happy to share with you, but not necessarily right away.

Ms Meg Hogarth (Performers Guild, ACTRA National Office): Mr. Chairman, on behalf of the performers of ACTRA, who represent the vast majority of the members of ACTRA and who are the ones you ultimately see on your screens, I would like to emphasize the importance of the role of drama content on all of the programming, that the CBC drama content be increased and that the private broadcasters be required to enhance the amount of drama programming they produce on prime-time television.

• 1410

Most our performers are making their money through the American production being done in this country. We have the skills; we have the experience; and we have the reputation internationally of being able to hold our own with our American colleagues and even to enhance productions. I believe that it is imperative for this country and for our cultural survival that Canadian performers be given the kind of support necessary to be able to show their talents in prime time, not only on our public stations but on our private stations as well.

Mr. Heap: I am serving this day for the first time, and maybe the last time, as a replacement for my New Democratic colleagues and therefore I do not have the background that you should be able to take for granted, so I am going to ask a couple of elementary questions. First, what is this proposal for reorganizing the CBC?

Mr. Neil: It is often useful to go back to the basics in examination of some of these issues. The point that we have made about the separation of the CBC into its

[Traduction]

Nous vous rappelons qu'au fil des ans, nous nous sommes toujours opposés à l'idée de privatiser des institutions publiques, en particulier Radio-Canada, Téléfilm Canada et l'Office national du film. Il faut faire la distinction entre privatiser une institution publique et se servir du secteur privé pour réaliser des objectifs publics—recourir à des producteurs autonomes, par exemple.

Nous vous exhortons encore une fois à envisager l'établissement—que cela soit dans vos attributions ou non—de droits déterminés de permis, ou bien le recours à un certain pourcentage des recettes brutes des radiodiffuseurs privés afin de constituer un fonds qui servirait à la production d'émissions dramatiques canadiennes. Il faudra peut-être apporter certaines modifications à leurs attributions pour ce qui est du contenu.

A notre avis, la réorganisation de Téléfilm Canada s'impose, ce qui est intimement relié à vos préoccupations concernant l'avenir de la radiodiffusion. On pourrait mieux répondre à nos besoins, surtout dans les régions, si l'on pouvait compter sur quatre ou cinq unités autonomes de Téléfilm Canada réparties par tout le pays, tout en leur accordant davantage de fonds.

Il y a 322 autres questions que nous pourrions soulever auprès de vous, mais non nécessairement tout de suite.

Mme Meg Hogarth (Performers Guild, bureau national de l'ACTRA): Monsieur le président, au nom des exécutants de l'ACTRA, qui représentent la grande majorité des effectifs de l'ACTRA et qui sont les mêmes que vous pouvez voir sur votre écran, j'aimerais faire ressortir l'importance que revêt le rôle du contenu dramatique pour toute la programmation, contenu dramatique que l'on pourrait accroître en exigeant, entre autres choses, que les radiodiffuseurs privés soient tenus d'accroître leur production d'émissions dramatiques aux heures de pointe à la télévision.

La plupart de nos artistes gagnent leur vie grâce aux productions américaines réalisées dans notre pays. Nous avons les compétences; nous avons l'expérience; et nous avons la réputation de par le monde entier d'être au moins aussi bons, si ce n'est meilleurs, que nos collègues américains. Il est essentiel pour l'avenir de notre pays et de notre culture que les artistes canadiens reçoivent un appui leur permettant de se produire aux heures de grande écoute, non seulement sur les chaînes publiques, mais sur les chaînes privées également.

M. Heap: Je remplace aujourd'hui pour la première fois, et peut-être la dernière, mes collègues néo-démocrates et je n'ai donc pas toutes les connaissances voulues en la matière. Je vais donc poser quelques questions préliminaires. Tout d'abord, en quoi consiste cette proposition en vue de réorganiser Radio-Canada?

M. Neil: Il est souvent utile de revenir aux questions fondamentales. En ce qui a trait à la division de Radio-Canada entre ses éléments, nous disons que la tâche réelle

[Text]

component parts is that sometimes the real task of the corporation, which is the production of programming, seems to us to get lost in the tremendous operation that the CBC has to maintain: the two television networks; the French and English radio services, AM and FM; the Northern Service; Radio Canada International. Often components of that corporation get lost in the maze of the bureaucracy.

If we were to establish separate organizational divisions, then the objectives and funding these divisions could be the subject of greater discussion, and the result would be public acceptance of greater financial involvement with the CBC, since the money would be going to produce programming. One of the things that is always lost in that maze is the necessary funding for program production.

Mr. Heap: Do you mean separate corporations or separate divisions within the present corporation?

Mr. Neil: The latter. There have been some steps taken in this area in the last few years. There is a greater separation of radio from television than was once the case. But we continue to believe that it is inadequate.

Note, for example, that the recent announcement that the corporation made about bold new plans were really bold new plans for television. The bold new plans for radio were the maintenance of the status quo. That is a prime example of the way the priorities of the radio service get lost. The discussion was about television; the press release is about television, not radio.

In practical details, there would continue to be a considerable number of people working for each of the various divisions. We see that as being on some sort of contract-for-service basis, so you could still achieve some of the economies of scale without losing the decentralization of that real decision-making process.

• 1415

Mr. Heap: You have mentioned a bold new plan. This has of course been discussed previously with other witnesses, around the question of whether the plan envisages achieving 95% Canadian content within the present budget or smaller, or whether it expects a larger budget to do that. If within the present budget, will it mean simply thinning out the funding for the average program or how will it be done? Have you any information as to what moves are made or known to be planned in the direction of the 95% Canadian content and how they relate to that budget question?

Mr. Neil: Our observation about the release issued from the CBC was that of course we welcome the move. It is a very, very positive step. However, we noted there was not detailed information in that release on how the money would be mobilized in order to accomplish that objective. Quite clearly you cannot produce more Canadian dramatic programs for the money you are going

[Translation]

de la société, soit la production d'émissions, semble se perdre dans la lourde bureaucratie que doit soutenir Radio-Canada: les deux réseaux de télévision, les postes de radio anglais et français, AM et FM, le service du Nord, Radio-Canada Internationale. La Société perd parfois de vue certains éléments au milieu de tout cela.

Si l'on mettait sur pied des divisions distinctes, les objectifs et le financement de ces divisions pourraient faire l'objet d'un débat plus approfondi et la population accepterait plus volontiers de participer au financement de Radio-Canada, car cet argent servirait à produire des émissions. Dans toute cette bureaucratie, on oublie souvent le financement nécessaire à la production d'émissions.

M. Heap: Voulez-vous dire des sociétés distinctes ou des divisions distinctes au sein de la Société existante?

M. Neil: La dernière option. Il y a eu des mesures prises en ce sens au cours des dernières années. La radio est maintenant plus isolée de la télévision que dans le passé. Mais nous continuons de croire que ce n'est pas suffisant.

Par exemple, la Société a annoncé récemment de grands projets, mais en fait, ils ne touchaient que la télévision. Pour la radio, on ne prévoyait que le maintien du statu quo. C'est un exemple parfait de la façon dont on oublie les priorités du service radiophonique. Le débat portait sur la télévision; le communiqué de presse aussi, et non sur la radio.

De façon pratique, il y aurait encore un grand nombre de personnes travaillant pour chacune des différentes divisions. D'après nous, ils pourraient être embauchés à contrat, de sorte qu'on pourrait quand même réaliser des économies d'échelle tout en décentralisant le processus décisionnel.

M. Heap: Vous avez parlé de grands projets. D'autres témoins en ont discuté évidemment, ils se sont demandé si ces projets prévoyaient d'atteindre 95 p. 100 de contenu canadien dans le cadre du budget actuel, d'un budget plus petit ou si l'on s'attendait à avoir plus. Si cela doit se faire dans le cadre du budget actuel, faudra-t-il simplement réduire le budget accordé à chaque émission ou procédera-t-on autrement? Avez-vous des renseignements sur les mesures qui sont prises ou prévues en vue d'atteindre ce 95 p. 100 de contenu canadien et sur les budgets prévus?

M. Neil: Évidemment, nous avons bien accueilli le projet annoncé dans le communiqué publié par Radio-Canada. C'est une mesure extrêmement positive. Toutefois, nous avons remarqué que ce communiqué ne contenait aucun renseignement précis sur la façon dont on réunirait les fonds nécessaires à la réalisation de cet objectif. Il est évident qu'on ne peut pas produire plus de

[Texte]

to save from not buying existing American programming. That does simply not compute.

We are attempting to seek a formal meeting with the corporation to inquire as to what they intend to do in order to mobilize those other resources, but the preliminary indication is that cuts are in fact taking place and are being contemplated, cuts in the provision of some local services across the country and reductions in the amount of programming that perhaps is coming from certain regions, certain local stations in the CBC.

Mr. J. Gray: I am not sure I read the press release properly, but I did notice a kicker in it that said we go to 95% providing we get additional resources. I read it very carefully and in the two instances—it is in the very last paragraph, in case you are interested—it is nicely put. Yes, we are going there, but we need more money.

The Chairman: It is put as a kind of leap of faith. We are confident that those resources will be there, sort of thing.

Mr. Heap: The only example I can think of offhand, where a program could be extended without paying additional salaries, would be if *Question Period* were increased from one hour to two hours. We would not have to pay the MPs anymore.

The Chairman: Canadian drama.

Mr. Heap: A sitcom.

Mr. Neil: And a Canadian variety program.

Mr. Heap: I think Mr. Gray referred to a program that had been virtually gutted. I am sorry, but I missed what program he was referring to.

Mr. J. Gray: It is not a program, Mr. Heap. So far it is only a proposed act. I think the National Cinema Act is its official title. It is to govern distribution in Canada. There has been extensive discussion of what it might be, although we have never seen it.

Mr. Gormley: I have a couple of questions on CBC Radio and television. By way of opening, I guess I could say to Mr. Heap, if you extend it to two hours, we are all going to buy our ACTRA tickets and send a little back to these people.

First of all, with respect to CBC Radio, I was interested to hear your comment on the upholding of the status quo. As one who has spent most of his life in radio, I am of the same school of thought we have heard around the country with the CBC Radio: if it is not broken, do not fix it.

Mr. Neil: In our view there are some positive steps that CBC Radio should be taking. In particular, we note the demise of radio drama: the amount of radio drama on CBC Radio Service today is substantially less than it has been historically. We would like to see a return to those levels of production and perhaps even beyond, because

[Traduction]

dramatiques canadiennes grâce aux économies réalisées en n'achetant pas d'émissions canadiennes, car cela ne s'équivaut pas du tout.

Nous tentons d'obtenir une rencontre officielle avec les représentants de la Société afin de savoir comment ils ont l'intention de mobiliser les ressources nécessaires, mais pour l'instant, tout indique qu'on envisage de réduire certains services locaux et les émissions réalisées dans certaines régions, certains postes locaux de Radio-Canada.

M. J. Gray: Je n'ai peut-être pas bien lu ce communiqué, mais il me semble qu'il disait qu'on atteindrait 95 p. 100 pourvu que des fonds supplémentaires soient débloqués. Je l'ai lu très attentivement et il me semble que c'est ce qu'on dit dans le tout dernier paragraphe. Oui, nous atteindrons cet objectif, mais nous avons besoin de plus d'argent.

Le président: On semble faire un acte de foi. On dit qu'on est confiants que ces ressources seront débloquées.

M. Heap: Au pied levé, le seul exemple d'une émission qui pourrait être prolongée sans verser de salaires supplémentaires qui me vienne à l'esprit serait *La période de questions*. On pourrait la porter à deux heures sans devoir payer plus les députés.

Le président: Une émission dramatique canadienne.

M. Heap: Une comédie.

M. Neil: Et une émission variétés.

M. Heap: M. Gray a fait mention d'une émission qui avait été plus ou moins éviscérée. Je m'excuse, mais j'ai raté le titre de cette émission.

M. J. Gray: Il ne s'agissait pas d'une émission, monsieur Heap. Jusqu'à maintenant, il s'agit seulement d'un projet de loi, la Loi nationale sur la cinématographie, qui doit régir la distribution au Canada. On a beaucoup discuté de ce qu'elle pourrait être sans l'avoir jamais vue encore.

M. Gormley: J'ai quelques questions sur le service radiophonique et la chaîne de télévision de Radio-Canada. Tout d'abord, je pourrais dire à M. Heap que si *La période de questions* est prolongée d'une heure, nous devrons tous cotiser à l'ACTRA.

Premièrement, votre commentaire sur le maintien du statu quo au service radiophonique de Radio-Canada m'a paru intéressant. En tant que vétéran de la radio, je suis d'accord avec ce que nous avons entendu dire partout au pays au sujet de la radio de Radio-Canada: évitez d'intervenir si tout va bien.

M. Neil: A notre avis, la radio de Radio-Canada devrait prendre certaines mesures positives. En particulier, nous remarquons que le service radiophonique a presque abandonné les émissions dramatiques. Nous aimerions qu'il revienne aux niveaux de production d'antan et même qu'il les dépasse car il s'agit d'un outil très utile.

[Text]

radio drama is a very, very useful tool. It is an end in itself and it can be used very effectively to create an outlet for dramatic programming in locations across the country. It is very useful as a way of refining the skills in regions.

Mr. J. Gray: Mr. Chairman, in addition to radio drama, there has been a steady demise or deterioration in the ability of independent commentators to participate in public broadcasting over the last generation.

• 1420

There is a variety of reasons for it, but radio would be greatly strengthened, in our view, if that process could be reversed. I mean in the public interest, as opposed to our particular interest. But it is a very serious problem in my view, and it involves not just comment, but it also involves... this is a this radio documentary, and a documentary on a wider scale and so on.

Mr. Gormley: I do not mean to be rude, but I think if one compares the conflicting mandate of CBC radio, which is to provide alternative programming that is not accessible commercially, which it does, and to show respectably well in the market, which it does, arguably the CBC is doing that now. Certainly it is in the interests of certain ACTRA performers to get more time on the CBC in time blocks, but again the point is made across the country that it is doing very well now, given that dual mandate.

Mr. Neil: There is no question but that the CBC Radio Service is performing very well, and when we appeared before the CRTC on the licence renewal we were very supportive of the corporation, but that is not to say they cannot do better and that they cannot attract even more audiences. So while obviously we are very, very supportive of the radio service, we do not want to see it negatively affected by its connection with television. We do think there should be examination of ways it can be improved.

Mr. Gormley: As a supplementary to Mr. Heap's question on the additional financial resources required under the 1991 plan, we have often heard I think confusing testimony about the actual cost of moving to 95% Canadian content, in terms of foregone revenues, in terms of added production costs. We have even heard conflicting numbers, I think, within the CBC. Have you done any cost projections on what the additional infusion of funds would be, taking into account commercial revenues, productions costs and these sorts of things?

Mr. J. Gray: The specific answer is no. We would be happy to do it, and we would probably have to do it for our own purposes anyway, and if we do it in time, we will share it with you. But overall it is clear that an increase in the production of Canadian drama, whether it is initiated by the CBC or by the independent producer, will require additional resources from somewhere, irrespective of what

[Translation]

C'est une fin en soi, mais il peut aussi servir à produire des émissions dramatiques localement. C'est très utile pour le perfectionnement dans les régions.

M. J. Gray: Monsieur le président, depuis, les commentateurs indépendants peuvent de moins en moins participer au système de radiodiffusion public depuis quelques années.

Cette situation découle de différents facteurs, mais à notre avis, la radio profiterait énormément d'un renversement de vapeur. Je parle de l'intérêt public, plutôt que de notre intérêt personnel. C'est un problème très grave à notre avis, et il ne s'agit pas seulement des commentaires, mais aussi des documentaires présentés à la radio de façon générale, etc.

M. Gormley: Sans vouloir être trop brutal, mais il me semble que le service radiophonique de Radio-Canada parvient à accomplir le mandat contradictoire qui lui a été confié, soit offrir une programmation non accessible aux postes commerciaux tout en maintenant une part respectable du marché. Il est certainement dans l'intérêt de certains membres de l'ACTRA d'obtenir plus de temps d'antenne à Radio-Canada, mais on nous a dit partout au pays que ce service s'acquittait très bien déjà de ce double mandat.

M. Neil: Nous ne disconvenons pas que le service radiophonique de Radio-Canada s'en tire très bien, et nous l'avons fermement appuyé lorsque nous avons comparu devant le CRTC au moment du renouvellement de sa licence, mais cela ne veut pas dire qu'on ne peut pas faire mieux et attirer encore plus d'auditeurs. Tout en appuyant à 100 p. 100 le service radiophonique, nous ne voudrions pas qu'il souffre de ses liens avec la télévision. Nous demeurons convaincus qu'il faut envisager des façons de l'améliorer.

M. Gormley: Pour revenir à la question que posait M. Heap au sujet des ressources financières supplémentaires qui seront requises en vertu du plan de 1991, les témoins que nous avons entendus n'étaient pas tous d'accord sur ce que coûterait la progression vers un contenu canadien à 95 p. 100 en pertes de revenu et en coûts de production accrue. Nous avons même entendu des chiffres contradictoires de la part des représentants de Radio-Canada. Avez-vous fait des prévisions quant aux fonds supplémentaires qu'il faudrait injecter en tenant compte des recettes commerciales, des coûts de production, etc.?

M. J. Gray: Pour être précis, non. Nous le ferions volontiers et nous devrions probablement le faire à notre propre usage de toute façon, et si nous terminons à temps, nous en partagerons les résultats avec vous. Mais il est clair que toute augmentation dans le nombre d'émissions dramatiques canadiennes, qu'elles soient produites par Radio-Canada ou par des producteurs indépendants,

[Texte]

you might save by re-allocating money inside the system as it is.

So I think you can assume our overall figures, which I think we have shared with you in the past... We think there should be about 800 hours of original television drama production in Canada each year, and about 50 low-budget films. A low-budget film is a \$1.5 million to \$3 million film. The total cost of that would be \$500 million a year. If you then take from that the amount it could earn, which conservatively is estimated at between 10% and 20%, you get some idea of the amount needed. Since we are currently putting in \$200 million to \$250 million, we are talking about another \$175 million to \$200 million.

Mrs. Finestone: Those are quite dramatic figures. I am not quite sure that is within the realm of reality right now, although it is certainly is a wonderful goal to shoot for.

I would like to look at some other issues with you, if I may. With respect to Canadian content and the production of advertising on Canadian airways, in light of the fact that this committee has shown an ongoing concern for the economic well-being of the actors and actresses of this country, and because they certainly bring to us that Canadian content we are concerned about, what would be your view if, in terms of policy, we were to suggest that advertising which appears on Canadian television and radio must be written by Canadian writers or Canadian advertising firms—produced, directed and acted by Canadian actors and actresses? Would that be a good policy? Would it have a financial impact on the work force?

Mr. Neil: The question of commercial production is, of course, quite important to us. For several years, through the 1970s and into the early 1980s, the commercial agreement was the single most important agreement overall in the earnings statistics of our performer membership. So any move that would increase those work opportunities would obviously be very important to us.

• 1425

We have argued for many years that there should be limitations on the amount of commercial advertising material that can be imported into Canada. There have never been regulations, and the industry introduced many years ago a system of self-regulation that has resulted in the current figure, running between about 82% and 85%, of material on our airwaves that is produced in Canada. But clearly that does not meet the goal of 100%.

Mrs. Finestone: Particularly with the advent of video rock music as part of an advertising vehicle, and the making of the star, being the American star rather than the Canadian star... Coming from the Juno Awards last night, I can tell you that we have plenty of extremely

[Traduction]

nécessitera une augmentation des ressources financières, quelles que soient les économies réalisées par des rajustements internes.

Je crois que nous avons déjà fourni des chiffres à cet égard... Nous estimons que 800 heures d'émissions dramatiques originales devraient être produites au Canada chaque année pour la télévision, et environ 500 films à petit budget, ce qui veut dire 1.5 à 3 millions de dollars. Cela coûterait au total 500 millions de dollars par année. Si l'on a déduit les gains qui pourraient être réalisés, qu'on évalue entre 10 et 20 p. 100, on a une idée du montant requis. Étant donné qu'on investit à l'heure actuelle de 200 à 250 millions de dollars, il faudrait 175 à 200 millions de dollars de plus.

Mme Finestone: Ce sont des montants considérables. Je ne suis pas sûre qu'ils soient réalistes d'envisager ce genre d'augmentation pour l'instant, mais c'est un merveilleux objectif à avoir.

Permettez-moi d'aborder un autre sujet. En ce qui a trait au contenu canadien et à la publicité présentée sur les ondes au Canada, et étant donné que notre Comité se préoccupe du bien-être économique des acteurs et actrices de notre pays et que ce sont certainement eux qui peuvent nous donner ce contenu canadien, quelle serait votre réaction si nous proposons que toute publicité présentée à la télévision et à la radio au Canada devra être réalisée par des auteurs ou des sociétés de publicité canadiens—et présentée par des acteurs et actrices canadiens? Serait-ce une bonne politique? Est-ce que cela aurait des répercussions financières chez la population active?

M. Neil: Evidemment, la question de la publicité est très importante pour nous. Depuis plusieurs années, depuis les années 70, la publicité a été l'activité la plus lucrative de nos membres. Par conséquent, toute mesure susceptible d'accroître le nombre de débouchés dans ce domaine aurait beaucoup d'importance pour nous.

Depuis des années, nous maintenons qu'il faudrait limiter la quantité de publicité importée au Canada. Il n'y a jamais eu de réglementation dans ce domaine, et il y a plusieurs années, l'industrie a mis sur pied un régime d'autoréglementation qui a donné lieu au chiffre actuel, à savoir que 82 à 85 p. 100 de la publicité sur nos ondes est produite au Canada. Mais ce n'est nettement pas notre objectif de 100 p. 100.

Mme Finestone: Vu qu'on se sert de plus en plus de la musique rock sur vidéocassettes pour faire de la publicité, et qu'on emploie des vedettes américaines plutôt que canadiennes... Je viens d'assister à la remise des Junos hier soir et je puis vous dire que nos musiciens rock et

[Text]

talented rock musicians and folk singers who could do that job beautifully. That is what made me think about it, as a matter of fact.

Ms Hogarth: I think most performers across this country would give you a rousing hurrah, cheer, for your suggestion.

Mrs. Finestone: Thank you.

Mr. Neil: If I could add one addendum to that, the writers in ACTRA would gain nothing from it, and we have been enthusiastic perpetrators of a policy of 100% Canadian in ads from the beginning. Yes, it is a super idea: do it.

Mrs. Finestone: In another area, I had the pleasure of meeting in the hall, just before we came back in here, a colleague of yours from Australia, which brought to mind a question I have been—I will speak for myself alone, not for the committee necessarily—very remiss in asking about, international experience. It has been my habit to look at the international experience in all legislation or policy I have been involved in, so I take advantage of this opportunity.

You have had your Australian colleague here. I wonder if we could learn something from the international experience, outside of the American experience, in terms of content of the particular country involved, in terms of protection of their workers and intellectual property that is produced in those countries that would strengthen the economic, social, and cultural fabric of those countries.

Mr. Neil: We could obviously go on at great length about international experience in support of the positions we take, but let me make a couple of comments. First of all, a very important difference between our two systems and a very—

Mrs. Finestone: Meaning Australia and—

Mr. Neil: And Canada.

Mrs. Finestone: Thank you.

Mr. Neil: One very positive step that could be taken would be to look at their regulations regarding the holding of a licence. To hold a broadcast licence in Australia, the licence holder is required to produce a certain number of hours of new programming. The figure in drama has resulted in there being approximately 700 hours of new, prime-time dramatic material being produced on a yearly basis in that country. Mr. Gray noted earlier that our target for Canada is 800 hours, both French and English, and that 800-hour figure seems to be modest in light of the experience of our Australian colleagues. That comes from a very specific requirement in the licensing arrangements.

Another is in this area we were just talking about, commercials. They do regulate the amount of foreign commercial material that can be on the airwaves. In fact, I believe it is basically 100%. There might be exceptions to that rule under certain circumstances.

[Translation]

nos chansonniers ont assez de talent pour faire ce travail merveilleusement. C'est ce qui m'y a fait penser, en fait.

Mme Hogarth: Je crois que la plupart des artistes canadiens applaudiraient à tout rompre à cette suggestion.

Mme Finestone: Merci.

M. Neil: Permettez-moi d'ajouter que les auteurs de l'ACTRA n'y gagneraient rien, car nous poursuivons avec enthousiasme depuis le début une politique de publicité à 100 p. 100 canadienne. Cela dit, c'est une merveilleuse idée: faites-le.

Mme Finestone: Dans un autre ordre d'idées, juste avant que nous ne revenions ici, j'ai eu le plaisir de rencontrer dans le salon un de vos collègues d'Australie, ce qui m'a fait penser à une question—et je parle en mon nom personnel, et non au nom du Comité—que j'ai omis de poser, celle de l'expérience internationale. J'ai toujours l'habitude de me renseigner sur ce qui se fait dans d'autres pays lorsque j'étudie un projet de loi ou une politique; je profite donc de l'occasion maintenant.

Votre collègue australien est venu ici. Je me demande si nous pourrions apprendre quelque chose de la façon dont d'autres pays, en plus des États-Unis, protègent le contenu national, leurs travailleurs et la propriété intellectuelle produite dans ces pays de façon à en renforcer le tissu économique, social et culturel.

M. Neil: Nous pourrions parler longuement de ce qui se fait à l'échelle internationale pour étayer nos positions, mais permettez-moi de faire quelques observations. Tout d'abord, une différence énorme entre nos deux systèmes et. . .

Mme Finestone: Entre celui de l'Australie et. . .

M. Neil: Du Canada.

Mme Finestone: Merci.

M. Neil: Il serait très utile de se pencher sur la réglementation australienne en matière de licences. Pour détenir une licence de radiodiffusion en Australie, il faut s'engager à produire un certain nombre d'heures d'émissions nouvelles. Pour les émissions dramatiques, on produit chaque année environ 700 heures de nouvelles émissions dramatiques qui sont présentées aux heures de grande écoute dans ce pays. M. Gray a mentionné plus tôt qu'au Canada, la cible était de 800 heures, en incluant la programmation française et anglaise, ce qui semble bien modeste par rapport à l'expérience australienne. Cette situation découle d'une exigence bien précise relativement aux licences.

Un autre exemple se rapporte au domaine dont nous venons de parler, la publicité. Je crois que leur réglementation interdit toute présentation de publicité étrangère sur les ondes australiennes. Il peut y avoir des exceptions à cette règle dans certaines circonstances.

[Texte]

Mr. Coupar: One other lesson from international experience is the area of film distribution and the fact that in many other developed countries there are strong regulations concerning film distribution that are just basically taken for granted, measures adopted years ago, so there is real protection for the domestic distribution market.

• 1430

M. Blackburn (Jonquière): Pour vos membres, quel a été l'impact du fonds de production d'émissions de Téléfilm Canada? Est-ce que cela a eu une conséquence sur l'emploi, positive ou négative? Également, dans la production d'émissions pour le compte de Radio-Canada, avez-vous augmenté le nombre d'emplois ou si cela n'a pas eu de conséquences?

Mr. Neil: One of the key factors in the recent—and by “recent” I mean the last three or four years—production boom has been the existence of Telefilm Canada, first the Broadcast Fund and then subsequently the Theatrical Features Fund. It obviously is a very, very vital player in the game.

Mr. J. Gray: I just want to add that while it is a vital player in the game, it could be a more vital player in the game if its money were 100% devoted to Canadian production; in other words, if the priority for the allocation of Telefilm money in both funds went first, and hopefully entirely, to productions that were fully Canadian. I think that is an important point, one we should not lose sight of in these discussions.

M. Blackburn (Jonquière): Y a-t-il une différence de coût entre les productions maison de Radio-Canada et les productions des indépendants? Vos membres sont-ils rémunérés au même taux, qu'ils produisent pour le compte de Radio-Canada ou pour le compte des indépendants?

Mr. Neil: There are broad comparisons in the rates our members are paid, whether it is a CBC production or a production in the independent sector. Obviously they are not identical, but basically it is the same kind of structure.

In our experience the cost of production at the CBC is for all substantial purposes not different from the cost of production in the independent sector. You can look at it either way. Either the CBC can produce as efficiently as everybody else or it is as inefficient as everybody else is. But we do not note, from our experience, any substantial difference.

M. Blackburn (Jonquière): Donc, vos artistes ont le même revenu, qu'ils produisent une émission pour le compte de Radio-Canada ou pour le compte des indépendants. Ils sont rémunérés au même taux.

Mme Hogarth: Presque au même taux.

Mr. J. Gray: There are substantial differences in the performer and writer area. There are also differences in

[Traduction]

M. Coupar: D'autre part, bien des pays industrialisés ont adopté des règlements stricts à l'égard de la distribution des films qui sont simplement tenus pour acquis, des mesures adoptées il y a des années, qui protègent vraiment le marché de distribution intérieur.

Mr. Blackburn (Jonquière): What was the impact of Telefilm Canada's Broadcast Program Development Fund on your membership? Was there an impact, negative or positive, on employment? Also, was there more work in programs produced for the CBC?

M. Neil: Un des facteurs clés du récent boom—et par «récent», je veux dire les trois ou quatre dernières années—qu'a connu le secteur de la production a été l'existence de Téléfilm Canada, tout d'abord de son fonds de développement de la production canadienne et ensuite de son fonds de financement de longs métrages. Il est évident que cet intervenant a joué un rôle vital.

M. J. Gray: J'ajouterai à cela qu'il pourrait jouer un rôle encore plus vital en consacrant 100 p. 100 de ses fonds aux productions canadiennes; autrement dit, si les fonds de Téléfilm étaient octroyés de façon prioritaire aux productions entièrement canadiennes. C'est un aspect important, qu'il ne faudrait pas perdre de vue.

Mr. Blackburn (Jonquière): Is there a cost difference between CBC in-house productions and independent productions? Do your members enjoy the same rate whether they work for the CBC or the independent producers?

M. Neil: Nos membres sont rémunérés à peu près aux mêmes taux, qu'il s'agisse d'une production de Radio-Canada ou d'un producteur indépendant. Il va de soi qu'ils ne sont pas identiques, mais la structure est à peu près la même.

D'après notre expérience, le coût de production à Radio-Canada est à toutes fins utiles le même que le coût de production dans le secteur indépendant. Cela va dans les deux sens. Radio-Canada peut produire de façon aussi efficace que tout le monde, ou de façon aussi inefficace que tout le monde. Mais nous n'avons jamais remarqué de différences notables entre les deux.

Mr. Blackburn (Jonquière): So, your performers are paid the same rates, whether it is a CBC production or a production in the independent sector.

Ms Hogarth: Almost the same.

M. J. Gray: Il y a une différence considérable entre le cas de l'artiste et celui de l'auteur. Il y a aussi des

[Text]

the manner in which payments for continuing use are made. But the initial payments at the CBC for a television drama, for example, are about half what they are in the independent sector. However, the subsequent payments would balance this off. I think it is probably fair to say this is similar in the case of performers. So the rates are not the same, but the final result, if the material is used similarly, is fair and about the same.

M. Blackburn (Jonquière): En ce qui concerne ces 800 nouvelles heures de production que vous souhaitez, quelle serait la proportion d'émissions françaises par rapport aux émissions anglaises? Devraient-elles être produites par Radio-Canada ou par les indépendants?

Mr. J. Gray: The proposals from the time we first looked at these things, about 10 years ago... they are originating one-third in French, two-thirds in English. So if you take the 800 hours, you would be assuming one-third of that would be originating in French and two-thirds in English; and similarly in feature films. We also have, as part of our drama strategy, radio drama, with a similar breakdown.

Le président: Merci, monsieur Blackburn.

Thank you very much, witnesses. You have been a big help to us this afternoon.

I just want to say, Mr. Neil, on the subject of perceived delays in the introduction of a new Broadcasting Act, we are just as anxious as you are. We are pawing the ground here, as it were; but we are trying to do more than just paw the ground. We want to come up with something that will really be usable.

As you are aware, the Minister said as recently as September 22 that she will not be proceeding with the introduction of a new broadcasting policy nor the drafting of a new Broadcasting Act until we have filed our final report. That is why we have accelerated our agenda. In fact, the Minister cannot even go to Cabinet with anything new until we file that report. We are mindful of that, and it is why we are trying to move on with it. You have helped us greatly today.

• 1435

Ms Hogarth: Thank you very much. Your deliberations and the effort you are making in the push to do it as quickly as possible is not just important to those of us in ACTRA, it is important to the whole country.

The Chairman: Thank you, Miss Hogarth. I suppose that is part of what we are here for.

I would like now to call the witnesses from the National Association of Broadcast Employees and Technicians, NABET. We have Gordon Hunter, the International President, and Michael Sullivan, representative of the union.

Gentlemen, you are most welcome. We look forward to hearing from you. I am just a little bit curious, Mr.

[Translation]

différences quant au versement pour les reprises. Le paiement initial pour une émission dramatique à la télévision de Radio-Canada, par exemple, est environ la moitié de ce qu'il est dans le secteur indépendant. Toutefois, les versements subséquents compenseraient cet écart. On peut probablement dire que c'est la même chose pour les artistes. Les taux sont donc différents, mais le résultat final est le même.

Mr. Blackburn (Jonquière): In terms of those 800 hours of new programming you are asking for, what would be the breakdown between French and English productions? Should they be produced by the CBC or by the independent sector?

M. J. Gray: Depuis que ces propositions ont été faites pour la première fois, il y a environ 10 ans, on prévoyait un tiers d'émissions françaises et deux tiers d'émissions anglaises. Par conséquent, un tiers des 800 heures seraient produites en français et deux tiers en anglais; il en serait de même pour les longs métrages. Nous prévoyons également une augmentation semblable pour les émissions dramatiques présentées à la radio dans les mêmes proportions.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn.

Je remercie beaucoup les témoins. Vous nous avez été très utiles cet après-midi.

Je voudrais simplement ajouter, monsieur Neil, au sujet des retards qu'accuse le dépôt d'une nouvelle Loi sur la radiodiffusion, que nous sommes tout aussi impatients que vous. Nous défrichons plus ou moins le terrain, mais nous voulons aussi composer une politique réalisable.

Comme vous le savez, le 22 septembre, la ministre disait qu'elle ne déposerait pas de nouvelle politique ou une nouvelle Loi sur la radiodiffusion avant que nous ayons présenté notre rapport final. C'est pourquoi nous avons accéléré nos délibérations. En fait, la ministre ne peut rien proposer de neuf au Cabinet avant que nous ayons déposé notre rapport. Nous gardons cela à l'esprit, et c'est pourquoi nous tentons de hâter les choses. Vous nous avez beaucoup aidés aujourd'hui.

Mme Hogarth: Merci beaucoup. Vos délibérations et les efforts que vous faites pour en hâter la conclusion ne sont pas seulement importants pour les membres de l'ACTRA, mais aussi pour tous les Canadiens.

Le président: Merci, madame Hogarth. Je suppose que cela fait partie de notre raison d'être.

Nous passons maintenant aux témoins de l'Association nationale des employés et techniciens en radiodiffusion, NABET. Nous accueillons Gordon Hunter, président international, et Michael Sullivan, représentant syndical.

Messieurs, nous vous souhaitons la bienvenue; nous sommes impatients de vous entendre. Je suis seulement

[Texte]

Hunter. If you are International President, are you a Canadian?

Mr. Gordon F. Hunter (International President, National Association of Broadcast Employees and Technicians): Yes, I am.

The Chairman: Good stuff! I think it was one of the Reichman brothers who said that in the context of the whole free trade discussion we may only have 10% of the U.S. population but we have a considerably higher percentage of the talent. You are a living example of that. Please go ahead with your brief introduction and then we look forward to firing some questions at you.

Mr. Hunter: I will try to keep things as brief as possible, Mr. Chairman. I thank you very much for the opportunity of addressing you. I would like to say a few things just to clear up a few misconceptions.

NABET is a Canadian trade union that really had its roots in the United States. In 1953 that American union moved into Canada and organized the technical people within the CBC. Since then, in 1974, we became completely autonomous and there is a parallel organization in the United States called NABET. We are both independent international unions, if you will, although they work within the United States and we work within Canada.

The Chairman: Maybe free trade will give you an opportunity to organize them, too, and bring them in.

Mr. Hunter: We always had our eye on Mexico. I am not sure we can—

The Chairman: Our Turks and Caicos!

Mr. Hunter: That is right.

One of the things I would like to clear up is that a number of people have the feeling that NABET is a technical union. While it is true we represent technical people at the CBC, we are not a technical union per se. A third of our membership works for the CBC. We have 82 locals cross the country and negotiate some 60 collective agreements. In most of those collective agreements we represent people in units that are what we call door to door. In other words, we represent everybody from the receptionist to the anchorperson, the technical people, the writers, the set people, everybody who works there.

Our basic objective is obviously to represent our members in collective bargaining, but we also believe we have a responsibility to Canadians in helping to provide them with real access to good Canadian programming, not just any programming, but quality programming that reflects Canadian ideas and culture and philosophy and programs which reflect our Canadian way of life and not some caricature of an American lifestyle.

We believe there are real and large profits to be made in broadcasting television shows produced in the United States depicting what is happening on Hill Street, in Los Angeles law offices and perhaps in Dr. Huxtable's living

[Traduction]

quelque peu curieux, monsieur Hunter. Si vous êtes président international, êtes-vous aussi Canadien?

M. Gordon F. Hunter (président international, Association nationale des employés et techniciens en radiodiffusion): Oui.

Le président: Bravo! Je crois que c'est un des frères Reichman qui a dit en parlant du libre-échange que nous avons peut-être seulement 10 p. 100 de la population des États-Unis, mais que nous avons un pourcentage beaucoup plus élevé du talent. Vous en êtes un exemple vivant. Veuillez nous présenter votre exposé, et nous serons ensuite ravis de vous poser des questions.

M. Hunter: Je tenterai d'être aussi bref que possible, monsieur le président. Je vous remercie de nous donner l'occasion de comparaître devant vous. Je voudrais tout d'abord dissiper quelques malentendus.

NABET est un syndicat canadien dont les origines remontent aux États-Unis. En 1953, ce syndicat américain est venu organiser les techniciens de Radio-Canada au Canada. Depuis lors, en 1974, nous sommes devenus un syndicat tout à fait autonome, bien qu'il existe une organisation parallèle aux États-Unis qui s'appelle NABET. Nous sommes deux syndicats internationaux indépendants, si vous voulez, bien qu'ils travaillent aux États-Unis et que nous travaillions au Canada.

Le président: Le libre-échange vous permettra peut-être d'aller trouver des membres chez eux.

M. Hunter: Nous avons toujours eu l'oeil sur le Mexique. Je ne suis pas sûr que nous puissions. . .

Le président: Nos îles Turks et Caicos!

M. Hunter: En effet.

Je voudrais apporter des précisions, car certaines personnes ont l'impression que NABET est un syndicat purement technique. Bien que nous représentions en effet des techniciens de Radio-Canada, nous ne sommes pas uniquement un syndicat technique. Un tiers de nos membres travaillent pour Radio-Canada. Nous avons 82 sections à travers le pays et négocions environ 60 conventions collectives. Pour la plupart de ces conventions, nous représentons des unités composées de tout le personnel, c'est-à-dire de la réceptionniste à l'animateur, aux techniciens, aux auteurs, aux gens du plateau, à tout le monde qui y travaille.

Notre objectif premier est évidemment de représenter nos membres lors des négociations collectives, mais nous croyons également avoir une responsabilité envers les Canadiens, leur permettre d'avoir accès à de bonnes émissions canadiennes, et non pas à n'importe quel genre d'émissions. Des émissions de qualité qui reflètent les idées, la culture et les principes canadiens, qui reflètent notre mode de vie canadien, et non pas une caricature du mode de vie américain.

Il est certainement très profitable de radiodiffuser des émissions produites aux États-Unis et décrivant ce qui se passe sur Hill Street, dans les cabinets d'avocats de Los Angeles et dans la salle de séjour du docteur Huxtable,

[Text]

room, but the question that you have to ask is what do these programs do for Canadians' understanding of each other and how do they enrich our Canadian culture?

It is clearly our feeling that those who are given the privilege of profiting from the use of the public airwaves should be required to provide Canadian viewers and listeners with a choice of high quality Canadian programming.

I would like to say that NABET has a great deal of respect for the conclusions reached by the Caplan-Sauvageau Task Force Report on Broadcasting Policy. It is a comprehensive report, the result of months of research and public hearings and their understanding of this complex industry is formidable. We urge you to see that the recommendations of that report be made in an even more strong and forceful manner.

I would like to briefly touch on some of the recommendations. What I have done is to try to highlight a few things we would like to talk about. I will briefly touch on those.

The first is that the main CBC radio service should be at a minimum spared any further budget cuts in order to allow CBC Radio to function at the highest creative and technical standards. We are concerned that the impression given by the recommendation is that the CBC will be able to function at that level as long as present levels of funding are maintained. We do not believe it is the case. We think CBC Radio has not functioned at that level for some time and that CBC has done an admirable job with the money available.

• 1440

The current service is nowhere near the high level of creative and technical standards we have come to expect. Their programming has been reduced across the country and currently neither Newfoundland nor northern Canada have any representation on the program schedule. Locations such as Windsor, Sydney, St. John's, Charlottetown, Saint John, Moncton, Sudbury, Grand Falls, Prince Rupert, Gander, Edmonton, Happy Valley and Labrador City, where at least some performance programming was produced prior to 1985, are now reduced to the occasional news or public affairs item.

I would like to talk about the recommendation which says that the funding for CBC English radio should be sufficient to allow it to proceed with its proposed storefront strategy. NABET is in agreement with the recommendation and clearly in agreement with CBC's goals as outlined to the task force in which they identified 19 critical underserved areas which would be targetted for the initial five-year operational period. It causes us some concern that the CBC has the ability to say one thing and to mean something altogether different.

During our most recent negotiation for the renewal of the collective agreement between NABET and the CBC, storefront operations was a very active item for discussion.

[Translation]

mais il faut se demander si ces émissions aident les Canadiens à se connaître et enrichissent notre culture canadienne.

Nous sommes convaincus que les personnes ayant le privilège d'utiliser le réseau de radiodiffusion publique devraient être tenues d'offrir aux auditeurs et téléspectateurs canadiens une variété d'émissions canadiennes de qualité.

J'ajouterai que NABET a beaucoup de respect pour les conclusions du rapport du groupe de travail Caplan-Sauvageau sur la politique de radiodiffusion. Il s'agit d'un rapport fouillé, de résultats de mois de recherches et d'audiences publiques, et le groupe de travail est parvenu à comprendre de façon remarquable cette industrie fort complexe. Nous vous conseillons vivement de veiller à renforcer encore plus les recommandations de ce rapport.

J'aimerais aborder brièvement certaines de ces recommandations. J'ai tenté de choisir certains points saillants qui nous tiennent à coeur. Je les aborderai brièvement.

Premièrement, on devrait au moins épargner au principal service radiophonique de Radio-Canada d'autres compressions budgétaires, afin qu'il puisse fonctionner au plus haut niveau technique et créatif. Nous craignons que cette recommandation ne donne l'impression que Radio-Canada pourra fonctionner à un tel niveau du moment que les budgets actuels sont maintenus. À notre avis, ce n'est pas le cas. Nous croyons que le service radiophonique de Radio-Canada n'a pas fonctionné à ce niveau depuis un certain temps et que Radio-Canada a fait un travail admirable avec les fonds à sa disposition.

Le service actuel est très loin d'atteindre le haut niveau que nous tenons pour acquis du point de vue de la créativité et de la technique. La programmation a été réduite par tout le pays et il n'y a pour l'instant aucune émission venant de Terre-Neuve ou du nord du Canada. Des endroits où étaient réalisées au moins certaines émissions avant 1985, comme Windsor, Sydney, St. John, Charlottetown, Saint-Jean, Moncton, Sudbury, Grand Falls, Prince Rupert, Gander, Edmonton, Happy Valley et Labrador City en sont maintenant réduits de temps à autre aux actualités et aux affaires publiques.

On recommande par ailleurs que le service radiophonique anglais de Radio-Canada reçoive des fonds suffisants pour poursuivre sa stratégie de service local. NABET est d'accord avec cette recommandation et avec les objectifs qu'a énoncés Radio-Canada au groupe de travail et où la Société identifiait 19 régions très mal desservies qui seraient les premières cibles du plan quinquennal. Nous sommes quelque peu préoccupés que Radio-Canada puisse dire une chose alors que son intention est tout à fait autre.

Au cours des négociations collectives les plus récentes entre NABET et Radio-Canada, les activités locales ont été longuement discutées. Toutefois, il ne s'agissait pas de

[Texte]

However, it was not as the CBC described it to the task force in terms of new facilities and locations not yet served, but in terms of existing production facilities being reduced to storefront operations. We believe that while introducing this concept, storefronts, was described as improving service to new locations, the real intention to reduce that service to established locations is patently dishonest.

While this report was being written, NABET was informed—not by the CBC, but by our members and the media—that the corporation has announced they plan to close the radio facility in Prince Rupert and sell the building there. If this is what the CBC means by expanding services, we are very concerned and we ask that the task force recommendation be strengthened to clearly indicate that we are talking about expanding services and not reducing services.

We would like to comment on the recommendation which says that the CBC should gradually phase out the use of commercial American television programs. We note the CBC board of directors stated recently that its goal is to increase Canadian content to 96% in prime time by 1991. We are in agreement with the stated objectives and we see it as a positive step in complying fully with the recommendation of the task force.

We are confused by the board's statement that its stated objectives can still be achieved by efficient management, the redirection of resources and some modest financial relief. We hope efficient management does not mean more lay-offs and that the redirection of resources does not mean a further weakening of the contribution of programming from the regions. We hope the financial relief is more than modest.

We are concerned about the reorganization of the regions recommended by the task force. We believe the notion of tying Alberta and British Columbia together in one region is fundamentally flawed. We believe they are culturally and economically quite different and we ask you to take another look at it. We also believe the cultural diversity in the Atlantic provinces is such that one should not tie Prince Edward Island's programming to programming in Newfoundland.

We believe there is a role for independently produced programs at the CBC, but NABET is reluctant to agree fully with the extent of the recommendation. We understand the political decision has already been made and the use of independents at the CBC will increase. We agree that Canadian producers must have a vehicle which enables them to get their product to the population, but we are angered at what this has meant in the past and what it will mean in the future to our members and our colleagues at the CBC.

[Traduction]

créer de nouvelles installations pour desservir des endroits non encore desservis, comme Radio-Canada l'avait indiqué au groupe de travail, mais plutôt de réduire les activités des installations de production existantes. Nous croyons qu'il est malhonnête de prétendre introduire ce concept pour améliorer le service à de nouveaux endroits, alors que l'intention réelle est de réduire le service existant.

Pendant que nous rédigeons notre rapport, NABET a appris—non pas de Radio-Canada, mais de nos membres et des médias—que la Société avait annoncé son intention de fermer l'installation de radio à Prince Rupert et de vendre le bâtiment. Si c'est ce que Radio-Canada appelle étendre ses services, nous demandons instamment que la recommandation du groupe de travail soit renforcée pour préciser qu'il s'agit d'accroître les services, et non pas de les réduire.

Une autre recommandation stipule que Radio-Canada devrait progressivement abandonner l'utilisation d'émissions de télévision américaines commerciales. Nous remarquons que le conseil d'administration de Radio-Canada a déclaré récemment qu'il visait à accroître le contenu canadien à 96 p. 100 aux heures de grande écoute avant 1991. Nous sommes d'accord avec ces objectifs et estimons qu'il s'agit d'une mesure propre à mettre en oeuvre la recommandation du groupe de travail.

Nous ne comprenons pas que le conseil déclare que ces objectifs pourront être atteints par une gestion efficace, une redistribution des ressources et une légère augmentation du budget. Nous espérons qu'une gestion efficace ne signifie pas un plus grand nombre de mises à pied et une redistribution des ressources, une autre diminution du nombre d'émissions régionales. Nous espérons également que l'augmentation du budget ne sera pas trop légère.

Nous sommes préoccupés par la réorganisation des régions recommandée par le groupe de travail. Nous croyons qu'il est impossible de fondre l'Alberta et la Colombie-Britannique en une seule région. Ces deux provinces sont tout à fait différentes du point de vue culturel et économique et nous vous demandons de vous pencher à nouveau sur la question. Nous croyons également que la diversité culturelle des provinces de l'Atlantique est telle qu'on ne peut pas lier la programmation de l'Île-du-Prince-Édouard à celle de Terre-Neuve.

Nous croyons que les producteurs indépendants peuvent jouer un rôle à Radio-Canada, mais NABET hésite à accepter la recommandation à cet égard dans toute sa portée. Nous comprenons que la décision politique a déjà été prise et que Radio-Canada aura de plus en plus recours au secteur indépendant. Nous convenons que les producteurs canadiens ont besoin d'un outil leur permettant de présenter leurs produits à la population, mais nous ne pouvons accepter ce que cela a signifié dans le passé et ce que cela signifiera dans l'avenir pour nos membres et nos collègues de Radio-Canada.

[Text]

Talented creative people at the CBC will continue to be under-utilized and laid off in an effort to develop an independent industry. We have to ask what is to be gained by laying off a camera person, an audio technician or a set designer and then turning around and giving their work to somebody else so a new segment of the industry can be established.

I would like to comment briefly on the recommendation that the Ministers of Communication and Labour should jointly establish a committee of inquiry to conduct a thorough examination of labour relations practices and structures at the CBC. The report states that we believe an inappropriate labour relations regime which flows from the Canada Labour Code and from the North American practice in general is largely responsible for the contentious atmosphere surrounding labour relations at the CBC. Our research indicates the problem is that the industrial labour relations model has been to an organization essentially creative in nature. That is what the task force had to say.

• 1445

Although we would agree that labour relations at the CBC are a mess, we cannot agree with the implied solution. We are concerned that what is being suggested by the task force is that some new body be created to take over the responsibilities that now fall under the jurisdiction of the Canada Labour Relations Board. While we are not without concerns about the CLRB, we would much rather deal with a devil we know than a devil we do not.

We are not sure if the task force means that the inappropriate labour regime exists only at the CBC or whether they feel the whole industry should be regulated by some new body. In either case, we believe the precedent that would be created would cause labour relations havoc throughout the federal sector.

NABET would like it noted that it agrees that "the challenges facing the CBC will not be overcome without the full co-operation of the unionized staff": I doubt that there are many Canadians as fiercely supportive of the CBC and its ideals as our members and the members of the other trade unions who represent employees at the corporation. NABET has always co-operated with the corporation or any other employer in working together in finding solutions to the problems when we are consulted. The CBC does not seem to realize that co-operation is a two-way street and, in NABET's opinion, that is the route of the infamous industrial relations policy.

I will not talk any more, ladies and gentlemen. I will give you an opportunity to ask questions.

The Chairman: Okay, thank you very much, Mr. Hunter.

[Translation]

Des créateurs de talent travaillant à Radio-Canada continueront d'être sous-utilisés et mis à pied en vue de développer une industrie indépendante. Nous nous demandons ce qu'il y a à gagner de mettre à pied un caméraman, un technicien du son ou un régisseur de plateau pour confier leur travail à quelqu'un d'autre afin de créer un nouveau secteur de l'industrie.

J'aimerais commenter brièvement la recommandation que les ministres des Communications et du Travail mettent sur pied conjointement un comité d'enquête chargé d'étudier en profondeur les structures et pratiques de Radio-Canada en matière de relations de travail. Le groupe de travail ajoute qu'il considère de surcroît qu'on peut imputer à un régime inadéquat de relations de travail, façonné par le Code canadien du travail et les pratiques nord-américaines en général, l'atmosphère tendue des relations de travail à Radio-Canada. Le problème, comme nos recherches l'ont révélé, vient de ce que l'on a appliqué un modèle des relations industrielles à un organisme préoccupé avant tout de création. Telle était l'opinion du groupe de travail.

Bien que nous convenions de l'état lamentable des relations de travail à Radio-Canada, nous ne pouvons pas accepter la conclusion qu'on semble en tirer. Nous craignons que le groupe de travail ne propose en fait la création d'un nouvel organisme qui assumerait les responsabilités incombant actuellement au Conseil canadien des relations de travail. Bien que nous voyions certaines lacunes dans le fonctionnement du CCRT, nous préférons de loin rester en terrain connu.

Nous ne savons pas si le groupe de travail veut dire que ce régime inadéquat existe seulement à Radio-Canada ou si toute l'industrie devrait être réglementée autrement. Dans les deux cas, le précédent ainsi créé viendrait perturber les relations de travail dans tout le secteur fédéral.

NABET tient à signaler qu'il convient que «la Société Radio-Canada ne pourra relever les défis qui s'offrent à elle sans la collaboration à part entière du personnel syndiqué». Je doute qu'il y ait bien des Canadiens qui soutiennent avec autant de vigueur Radio-Canada et ses idéaux que nos membres et les membres d'autres syndicats qui représentent les employés de la Société. NABET a toujours collaboré avec la Société ou tout autre employeur dans la recherche de solutions aux problèmes existants lorsqu'il a été consulté. Radio-Canada ne semble pas se rendre compte que la collaboration doit se faire dans les deux sens et, de l'avis de NABET, c'est cette attitude qui a donné lieu à une politique inadéquate de relations industrielles.

Je ne parlerai pas plus longtemps, mesdames et messieurs. Je vais vous donner l'occasion de poser des questions.

Le président: Très bien, merci beaucoup, monsieur Hunter.

[Texte]

Mrs. Finestone: I thank you gentlemen for a very interesting presentation and brief, which covers many of the areas of serious concern we are trying to deal with.

You talk about the fact that you represent some 6500 members, who are in every facet of the broadcasting, telecasting, film recording and related industries. I would therefore presume that anything relating to improved Canadian content, as you point out, so that Canadians can know each other from coast to coast and appreciate our own potential, is a goal.

I asked earlier if advertising as such, and as a policy recommending that 100% or a significant percentage of all advertising that appears on Canadian airways, should be written, produced and performed by Canadians. What is your view, please?

Mr. Hunter: We would be very supportive of that position. We believe we certainly have the talent within Canada to produce those commercials and we feel very strongly that we would like to see that recommendation acted upon.

Mrs. Finestone: I turn to the last chapter of your presentation on the Canada-U.S. Free Trade Agreement. You say you have many concerns with respect to that agreement. Where we agreed to the retransmission rights as part of the negotiations, what do you think we got in return as Canadians?

Mr. Hunter: I am not sure what you got in return as Canadians.

Mrs. Finestone: Do you think we should have got something?

Mr. Hunter: It is difficult to identify what we got in return in any area, because for the most part Canadians do not know what was traded for what. It is very difficult for us to follow that and, as I said, we have concerns in a couple of areas. We may have concerns in a lot of other areas, but we are at a loss to be able to identify those areas and speak to them in that we are not sure about the specifics.

Mrs. Finestone: Mr. Hunter, I would suggest—and I think I said this earlier—that we really have to wait until we see the fine print. However, I have had an ongoing concern about the three separate documents. I am really quite pleased to note that you specifically brought to our attention two separate documents. You talk about the Canadian government synopsis, where it states that the government retains its full capacity to support cultural industries in Canada. Then in the United States document, it says—and I am quoting what you put in here:

The U.S. recognizes the importance to Canada of maintaining its cultural identity. At the same time, however, the U.S. wants to ensure that Canadian cultural policies do not constitute a discriminatory and unnecessary barrier to U.S. trade. Recognizing Canadian sensitivities, the U.S. has agreed that certain cultural areas are not subject to specific provisions of

[Traduction]

Mme Finestone: Je vous remercie, messieurs, de cet exposé et de ce mémoire fort intéressant qui abordent bon nombre des questions que nous tentons d'élucider.

Vous dites représenter environ 6,500 membres dans tous les secteurs de la radiodiffusion, télévision, cinéma et industries connexes. Je suppose donc que vous seriez d'accord avec toute augmentation du contenu canadien, comme vous le signalez, afin que les Canadiens puissent se connaître d'un océan à l'autre et réaliser leur potentiel.

J'ai parlé plus tôt de recommander, qu'à 100 p. 100 ou à un pourcentage important, toute la publicité présentée sur les ondes canadiennes soit conçue et réalisée au Canada avec des acteurs canadiens. Qu'en pensez-vous?

M. Hunter: Nous appuierions certainement cette position. Nous sommes convaincus que les Canadiens ont tous les talents nécessaires pour réaliser ces publicités et nous vous prions instamment de mettre en oeuvre cette recommandation.

Mme Finestone: Je passe au dernier chapitre de votre mémoire sur l'accord de libre-échange canado-américain. Vous dites avoir bien des préoccupations à l'égard de cet accord. Le Canada a cédé des droits de retransmission au cours de ces négociations, qu'a-t-il obtenu en contrepartie à votre avis?

M. Hunter: Je ne suis pas sûr de ce que les Canadiens ont obtenu en contrepartie.

Mme Finestone: Croyez-vous que nous aurions dû obtenir quelque chose?

M. Hunter: Il est très difficile de savoir ce que nous avons obtenu étant donné que la plupart des Canadiens ignorent quelles ont été les concessions de part et d'autre. Il nous est très difficile de procéder à une analyse et, comme je l'ai dit, nous avons des appréhensions dans quelques domaines. Nous en aurions peut-être dans bien d'autres, mais nous ne pouvons pas encore le dire étant donné que nous manquons de précisions.

Mme Finestone: Monsieur Hunter, comme je l'ai déjà dit, on ne peut le dire avant de connaître tous les détails. Toutefois, le fait que nous ayons trois documents distincts me préoccupe depuis le début. Je suis très heureuse que vous ayez attiré notre attention sur deux de ces documents. Vous mentionnez que le synopsis du gouvernement canadien stipule que le gouvernement conserve la pleine capacité d'appuyer les industries culturelles au Canada. Pourtant, le document américain stipule—et je cite votre mémoire:

Les États-Unis reconnaissent qu'il importe au Canada de maintenir son identité culturelle. Toutefois, les États-Unis souhaitent également s'assurer que les politiques culturelles canadiennes ne constituent pas un obstacle discriminatoire et inutile au commerce américain. En tenant compte des sensibilités canadiennes, les États-Unis ont convenu que certains

[Text]

the agreement. For its part, Canada has agreed that cultural measures it takes will not impair the benefits the U.S. would otherwise expect from the provisions of the agreement.

In addition, Canada has agreed to alter a number of practices that discriminate against the U.S., including differential postal rates for the U.S. periodicals and elimination of tariffs on printed material and recordings.

Could you tell me what the impact would be on the economic state of your members with respect to the elimination of tariffs on the printed material, meaning printed films, books, and recordings?

• 1450

Mr. Hunter: I read "printed material" as the printed word.

Mrs. Finestone: It happens to be the printing of films as well.

Mr. Gormley: Who says?

Mrs. Finestone: Well, that was what defined somewhere or other.

Mr. Gormley: Not before this committee.

Mrs. Finestone: Film printing, not film production, is part of printed material. I may be in error. But believe I am accurate in saying to you that the printing of films such as done by Astral Bellevue and Cineplex Odeon now falls under this category and will be affected.

Mr. Hunter: That would not have a direct effect on our membership.

Mrs. Finestone: Any other areas of concern with respect to Canadian content regulations?

Mr. Hunter: We believe the Canadian content regulations have to be increased. We have to increase the amount of production done in this country, and we feel very strongly about that. We do not know whether or not this agreement will interfere with that. The information we have seen so far indicates that it may. If we are going to be able to produce the kind of programming that Canadians would like to see, I think we have to do that unencumbered.

Mrs. Finestone: On American workers' access to Canada, you seem to indicate that our immigration policy is too willing. You say:

In our opinion, Canadian immigration is already too willing to allow American crews to work in Canada at the expense of our own talented workers.

Could you elaborate on that?

Mr. Michael Sullivan (Representative, National Association of Broadcast Employees and Technicians): In 1985 and again this year, there was a chance that a

[Translation]

domaines culturels seraient exemptés des dispositions de l'accord. Pour sa part, le Canada a convenu de ne prendre aucune mesure dans ce domaine qui réduise les avantages que les États-Unis pourraient s'attendre de tirer autrement des dispositions de l'accord.

De plus, le Canada a convenu d'abandonner certaines pratiques discriminatoires envers les États-Unis, le tarif postal différentiel imposé aux périodiques américains et les tarifs sur le matériel imprimé et les enregistrements.

Pouvez-vous me dire quelles seraient, pour vos membres, les répercussions financières de la suppression des tarifs sur le matériel imprimé, c'est-à-dire films, livres, et enregistrements?

M. Hunter: Pour moi «matériel imprimé» signifie les textes imprimés.

Mme Finestone: Cela englobe aussi le tirage de films.

M. Gormley: Selon qui?

Mme Finestone: C'est la définition qu'on a donnée quelque part.

M. Gormley: Pas devant notre Comité.

Mme Finestone: Le tirage de films, et non la production de films, fait partie du matériel imprimé. Je fais peut-être erreur, mais je crois bien que le tirage de films comme celui réalisé par Astral Bellevue et Cineplex Odeon fait maintenant partie de cette catégorie et ne sera pas exempté.

M. Hunter: Cela n'aurait aucun effet direct sur nos membres.

Mme Finestone: Avez-vous d'autres préoccupations au sujet de la réglementation du contenu canadien?

M. Hunter: Nous croyons que nos réglementations à cet égard vont être plus strictes. Nous sommes convaincus qu'il faut augmenter le nombre de productions réalisées dans notre pays. Nous ignorons pour l'instant si l'accord y nuira. D'après les renseignements que nous avons eus jusqu'à maintenant, il semble que ce soit le cas. Pour pouvoir produire le genre d'émissions que les Canadiens aimeraient voir, il faut être libre de toute entrave.

Mme Finestone: Pour ce qui est de l'accès aux travailleurs américains au Canada, vous semblez dire que notre politique d'immigration est trop indulgente. Vous dites ceci:

À notre avis, la politique d'immigration canadienne permet déjà trop facilement à des équipes américaines de travailler au Canada aux dépens de nos travailleurs.

Pourriez-vous nous donner des détails?

M. Michael Sullivan (représentant, Association nationale des employés et techniciens de la radiodiffusion): En 1985 et encore une fois cette année,

[Texte]

Canadian baseball team would have been in an international sports competition, the world series. The American networks were insistent that Canadian workers not be involved. This got the support in 1985 of the Department of Immigration. They said to us that they did not want the American networks to be mad at the Canadian government. They were too important.

Mrs. Finestone: What about coming in to film, to replace your technical workers?

Mr. Sullivan: We have the same concerns there. If the free trade agreement permits the free exchange of the work force, then what good is what we are doing here today?

Mrs. Finestone: Will that be done through the relaxation of immigration rules?

Mr. Sullivan: That is still very cloudy. All we know is that the experience we have had so far has been one of frustration with the Immigration Department in those two instances. Other times we have been fairly successful. The Immigration Department has sometimes supported us. But for the major baseball play-offs, the American networks had more power than the Immigration Department.

Mrs. Finestone: Some people in British Columbia say that they are already into the North American scene, that their workers making good money doing American films. I have no objection to this. On the other hand, does that allow us the opportunity to film Canadian films in British Columbia? Are there enough teams, workers, etc.? What other kind of impact could it have on the acculturation of our Canadian work force or in our Canadian products?

• 1455

Mr. Hunter: It is difficult to say. I think there very often in this country are more people willing to do the work than there is work. I am always glad to see people employed. It is frustrating, I know, for people within the industry to know that they are working on an American product when, for the most part, they would prefer to be working on good-quality Canadian programming or Canadian films. A lot of us have been working for a long time feeling very strongly that we would like to see the motion picture industry really take off in this country. It has been difficult to see it happen. Obviously we are supportive of it and would like to see it continue. We are concerned with the relaxation of rules. It may or may not happen, but the relaxation of rules that would allow people into this country causes us some difficulty.

Le président: Merci, madame Finestone. Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Avez-vous écrit aux ministres des Communications et du Travail pour appuyer la proposition voulant qu'on tienne une enquête

[Traduction]

une équipe de baseball canadienne a failli participer à un événement sportif international, la série mondiale. Les réseaux américains exigeaient qu'aucun travailleur canadien n'y participe. En 1985, le ministère de l'Immigration a accédé à cette requête. Il nous ont dit vouloir éviter que les réseaux américains ne se fâchent avec le gouvernement canadien. Ils étaient trop importants.

Mme Finestone: Qu'en est-il des travailleurs américains qui remplacent vos techniciens lors des tournages?

M. Sullivan: Nous avons les mêmes inquiétudes à cet égard. Si l'accord de libre-échange permet l'entrée libre aux travailleurs, à quoi sert ce que nous faisons ici aujourd'hui?

Mme Finestone: Procèdera-t-on en assouplissant les règles d'immigration?

M. Sullivan: C'est encore très vague. Nous savons seulement que jusqu'à maintenant le ministère de l'Immigration n'a pas répondu à nos demandes dans ces deux cas. A d'autres moments, nous avons réussi. Le ministère de l'Immigration nous a parfois appuyés. Mais pour la série mondiale de baseball, les réseaux américains avaient plus de pouvoir que le ministère de l'Immigration.

Mme Finestone: Certaines personnes de la Colombie-Britannique prétendent faire déjà partie de la scène nord-américaine, disent que leurs travailleurs font beaucoup d'argent grâce aux films américains. Je n'y vois pas d'inconvénients. Par ailleurs, est-ce que cela nous aide à tourner des films canadiens en Colombie-Britannique? Y a-t-il suffisamment d'équipes, de travailleurs, etc.? Quel autre impact cela pourrait-il avoir sur l'acculturation des travailleurs canadiens ou des produits canadiens?

M. Hunter: C'est difficile à dire. Je pense que dans ce pays, il y a souvent plus de gens prêts à travailler que de travail. Je suis toujours heureux de voir les gens travailler. Je sais bien qu'il est frustrant pour les gens du secteur de travailler à des produits américains alors que, pour la plupart, ils préféreraient faire des émissions ou des films canadiens de qualité. Nous sommes nombreux à travailler depuis longtemps avec le vif désir de voir l'industrie cinématographique canadienne s'épanouir vraiment. Cela n'a pas été facile. Bien entendu, nous voulons que cela continue. Le relâchement des règlements nous inquiète. C'est peut-être à tort, mais de savoir que des étrangers pourront désormais venir travailler au Canada nous cause quelque soucis.

The Chairman: Thank you, Mrs. Finestone. Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Did you write to the Minister of Communications and the Minister of Labour in support of the recommendation that an inquiry be

[Text]

sur les relations de travail à Radio-Canada? Si oui, pourquoi? Quels problèmes justifient cette enquête?

Mr. Sullivan: We have written to both Ministers and a joint letter was sent by a number of unions at the CBC to the Ministers requesting that this aspect of the task force be acted on immediately.

• 1500

The response we got from the Minister of Communications was, as I recall it, an acknowledgement of receipt, and from the Minister of Labour it was a statement that, as the CBC was at that time in negotiations with all its labour unions, it would be difficult for him to appoint such an investigation.

However, I believe that now what is being waited for is a recommendation out of your report as to whether or not you endorse the task force report. I am really not sure what the Ministers are going to do with it at this point in time, because they have sort have left us hanging.

Concerning the problems we see for that investigation to investigate, they are legion. There are historically bad labour relations at the CBC. One of our concerns, expressed in our brief to you, was that the investigation should not simply be limited to an investigation of the structure of collective bargaining as it applies to broadcast industries, but it should go in detail into the way the corporation approaches its relationships with its unions. In our case, anyway, it is a hard-headed, confrontational, adversarial approach, when that kind of approach does not work in this day and age. As the broadcast industry changes, our members change, and we need that dialogue with our employer.

Mr. Hunter: It has been very difficult for us to be able to address many of the problems the CBC complains about, when we are dealing with an industry that is in a constant state of change. Technology has changed at a mind-boggling rate, yet the CBC refuses to sit down and have any kind of meaningful consultation with this trade union, or with any of the other trade unions that work within the CBC.

I think an example of that is in terms of the Employment Equity Act. Only tomorrow, we are having the first meeting between the unions collectively and the CBC. The CBC was simply unprepared to approach this employment equity problem with its employees as partners trying to find solutions. The CBC's position was simply that consultation means: We will tell you what we plan to do. We are partners in that workplace and we want to be a part of that, yet the CBC does not recognize us as such. And we think that is a significant problem.

M. Blackburn (Jonquière): Merci. J'apprécie ces commentaires.

Pensez-vous que l'accroissement des productions indépendantes à Radio-Canada constitue un danger pour vous et, si oui, de quelle façon?

[Translation]

made into the state of labour relations at CBC? For what reason? What kind of problems are there that would warrant an inquiry?

M. Sullivan: Nous avons écrit aux deux ministres et plusieurs syndicats de Radio-Canada ont adressé une lettre aux ministres leur demandant d'agir immédiatement sur la recommandation du groupe de travail.

Si je me souviens bien, nous avons reçu un accusé de réception et quant au ministre du travail, il a répondu qu'il lui serait difficile d'ordonner une enquête à ce moment-là puisque Radio-Canada était en négociation avec tous ces syndicats.

Je crois cependant qu'on attend maintenant le dépôt de votre rapport pour voir si le Comité va ou non accepter la recommandation du groupe de travail. Je ne sais pas vraiment ce que les ministres vont faire, ils ne nous ont pas vraiment donné réponse.

Quant aux difficultés que rencontreraient les enquêteurs, elles sont légion. Les relations de travail ont toujours été mauvaises à la Société Radio-Canada. Comme nous l'avons dit dans notre mémoire, l'enquête ne doit pas se limiter à la structure de la négociation collective dans le secteur de la télédiffusion, mais se pencher aussi sur l'attitude de la Société à l'égard des syndicats. Face à nous, du moins, la Société s'est toujours posée en adversaire, a toujours cherché la confrontation, alors que ce genre de méthode n'est plus efficace de nos jours. A mesure que change le secteur, nos membres changent aussi, et il est nécessaire d'établir un dialogue avec l'employeur.

M. Hunter: Il nous est très difficile de corriger bien des problèmes dont la Société se plaint dans un secteur en évolution constante. La technologie évolue à un rythme effarant, et pourtant Radio-Canada continue de refuser le dialogue et les consultations avec notre syndicat, comme d'ailleurs avec tous les autres présents au sein de la Société.

Nous en avons l'exemple avec la Loi sur l'équité en matière d'emploi. C'est demain seulement qu'aura lieu la première réunion entre la Société Radio-Canada et les représentants des syndicats. Jusqu'ici, la Société n'acceptait tout simplement pas l'idée de traiter ses employés comme des partenaires et de chercher avec eux des solutions. Pour la Société, consulter cela veut dire: nous vous tiendrons au courant de nos plans. Nous sommes des partenaires au travail et nous voulons participer, mais la Société ne nous en reconnaît pas le droit. Pour nous, c'est un gros problème.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you, I appreciate your comments.

Do you feel threatened by the increase in independent productions at the CBC and, if so, in what way?

[Texte]

Mr. Hunter: Not only our ranks, but the ranks of other organizations in the CBC have been reduced through lay-off as a result of budget cuts and a number of other things. A lot of that work that normally would be done in-house has gone to independents.

I must say that we represent people who work as independents. We have a freelance local here in Toronto. We represent people who work for production companies, and we believe very strongly that there should be a vehicle to get that product to the people, and the CBC should be a part of that, as should the private broadcasters. But we do not think it should be at the expense of the people who work within the CBC. We feel that our ranks and the ranks of other trade unions have been reduced as a result of some of this move to the independents.

Mr. Sullivan: Essentially, that is our concern. If the use of the independents is done in order to lay off, or as a justification for the lay-off of CBC workers, then what have you achieved? You have not created an independent production sector, you have merely shuffled bodies from one sector to another.

The industrial strategy of the government, as espoused some years ago was to help foster the growth of an industrial sector in the broadcasting and film and television production fields. If they are doing that at the expense of the CBC, then we have not gained anything.

• 1505

Mr. Heap: There are two or three points in your brief which you outline very quickly and effectively. On page 12 you indicate you are not happy at the prospect of some new body, with no doubt a new set of rules, handling labour relations. On page 11 you seem to me to be talking about something that I had been familiar with when I worked in industry and in other union situations; namely, contracting out.

I am not sure if that covers what you are saying, but it sounds to me like it. You talk about having CBC work transferred to an independent. In my experience, contracting out work has normally meant much lower pay and therefore this is very attractive to an employer. For example, we see that with the Post Office at present.

Do you think by increasing efficiency they will solve the 95% Canadian content? In other words, they are farming the work out to contractors who will do it more cheaply. Secondly, the free trade deal, so far as we can find out, gives the United States pretty wide open access to investment and to services without necessarily buying out any existing Canadian company. Do you think CBC work will be contracted out to services in Toronto which will be directly or indirectly controlled by the United States' investors? Legally the content will be Canadian; however,

[Traduction]

M. Hunter: Pas seulement notre association, mais aussi les autres organisations présentes à Radio-Canada ont perdu des membres pour cause de mises à pied à la suite des compressions budgétaires et de plusieurs autres facteurs. Une grande partie du travail qui se fait journellement à la société est maintenant confié à des indépendants.

Je dois dire que nos représentants aussi des indépendants. Nous avons ici à Toronto une section locale qui réunit les contractuels. Nous avons parmi nos membres des gens qui travaillent pour les sociétés de production; nous avons la ferme conviction que le produit doit sortir et que la Société Radio-Canada doit participer à l'entreprise, tout comme les télédiffuseurs privés. Mais ça ne devrait pas se faire au dépend des employés de Radio-Canada. Nous estimons que notre syndicat, ainsi que d'autres, ont perdu des membres à la suite de cette transition vers les indépendants.

M. Sullivan: C'est essentiellement ce qui nous inquiète. Si l'on fait appel à des indépendants pour mettre à pied les employés, ou pour justifier la mise à pied des employés de Radio-Canada, qu'est-ce que cela apporte? On n'a pas contribué à créer un secteur indépendant, on a simplement déplacé des corps.

Le plan que le gouvernement a adopté il y a quelques années prévoyait de favoriser le développement d'une industrie privée de la télédiffusion et de la production cinématographique télévisée. Si cela doit se faire aux dépens de Radio-Canada, nous n'aurons rien gagné.

M. Heap: Il y a dans votre mémoire deux ou trois points que vous expliquez très clairement et concisément. À la page 12, vous dites que l'idée de voir les relations de travail confiées à un nouvel organisme, avec probablement de nouvelles règles, ne vous sourit pas. À la page 11, j'ai l'impression que vous parlez d'un sujet que je connais très bien en raison de mon expérience dans l'industrie et dans les syndicats, soit la sous-traitance.

Je ne sais pas si cela correspond à ce que vous dites, mais c'est ainsi que je le comprends. Vous dites que le travail de la société est confié à des indépendants. D'après mon expérience, les employés des sous-traitances sont généralement beaucoup moins bien payés et c'est donc très intéressant du point de vue de l'employeur. C'est ce qui arrive, par exemple, à la Société canadienne des postes.

Pensez-vous qu'en augmentant son efficience, la Société parviendra à atteindre 95 p. 100 de contenu canadien? Autrement dit, elle confie le travail à des sous-traitants qui peuvent le réaliser pour moins cher. Deuxièmement, l'entente sur le libre-échange, pour autant qu'on puisse le savoir, ouvre toute grande la porte aux investisseurs et aux fournisseurs de services américains, sans qu'ils soient obligés d'acheter une entreprise canadienne. Pensez-vous que les projets que la Société Radio-Canada confiera à des sous-traitants à Toronto pourraient être directement ou

|Text|

the profits in effect will be drained out to the United States. The profits will be taken mainly out of the wages of the workers doing it, whether they be Canadian residents or American employees of the same service.

Mr. Hunter: There certainly is the possibility of that happening, as I see it. There is no question that right now things are contracted out continuously at the CBC—for example, the editing jobs and the remixing of things are contracted out. If they want a cameraman on the weekend to cover news, sometimes it is on a contract basis. That has been increasing over the last few years. Obviously, it has been a bone of some contention between the CBC and our NABET negotiators.

The impact of contracting out on larger productions concerns us, because we believe an awful lot of that work could be done inside. However, we think a lot of that work will be contracted out to independents, and we are not against the independents getting a fair amount of that work when we are talking about developing an independent industry. The industry is fairly heavily unionized anyway. It is not cheaper to go outside. As a matter of fact, in very many cases it is more expensive to go outside. We believe the CBC has very often contracted out, and not to save money, but because they felt politically that was the direction in which they should move.

Mr. Heap: Then you do not see a likelihood that contracting out would lead indirectly to having the effective work, or the effective pay for the work, transferred out of the country by free trade with the United States in services and investments?

Mr. Hunter: That may indeed be the result of that, but it is very difficult to understand what is going to happen with respect to free trade, what the impact of that will be. I do not really think I can answer that intelligently.

Mr. Caldwell: I have a couple of questions on the ball game. Does it happen that NABET members of the CBC will go across the border and work there on a shoot for a Canadian production? I am thinking of a program like *The Fifth Estate* or something like that.

• 1510

Mr. Sullivan: There are two different facets of this. One is that for news production, the Department of Employment and Immigration allows free exchange of bodies across the borders both ways. I guess they consider current affairs like *The Fifth Estate* to be part of the news production for news coverage.

What we are talking about here was a major production of a baseball game, which was predictable, which was planned, and which was not just a couple of

|Translation|

indirectement contrôlés par des investisseurs américains? Sur le plan strictement juridique, le contenu sera canadien; cependant, les bénéfices iront aux États-Unis. Les bénéfices se feront essentiellement sur les salaires des travailleurs, qu'ils soient des résidents canadiens ou des employés américains de l'entreprise.

M. Hunter: C'est certainement possible. Il ne fait aucun doute qu'actuellement la Société donne beaucoup de travail en sous-traitance, par exemple le montage et le mixage sont souvent confiés à des entreprises indépendantes. Si on a besoin d'un caméraman pour faire les nouvelles en fin de semaine, on embauche parfois un contractuel. Cela se fait de plus en plus depuis quelques années. C'est bien entendu une pierre d'achoppement dans les négociations entre la Société et NABET.

Ce sont les contrats de sous-traitance pour les grandes productions qui nous inquiètent, car nous estimons qu'une bonne partie du travail pourrait être fait chez nous. Nous pensons cependant qu'une grande partie du travail sera confié à des indépendants, et nous ne nous opposons pas à ce qu'ils reçoivent leur juste part, puisque l'idée est de favoriser le développement d'un secteur indépendant. De toute manière, les employés sont le plus souvent syndiqués. Il n'est pas moins cher de faire faire le travail à l'extérieur. C'est même souvent plus cher. Nous estimons que très souvent la Société fait faire le travail à l'extérieur non pas dans le but d'économiser, mais parce qu'elle avait le sentiment que politiquement, c'était la chose à faire.

M. Heap: Vous ne pensez donc pas que la sous-traitance nous mènera indirectement à une situation où le travail, ou du moins les salaires versés pour ce travail, iraient à l'étranger en raison du libre-échange des services et des investissements avec les États-Unis?

M. Hunter: C'est fort possible, mais il est très difficile de savoir quelle seront les conséquences du libre-échange. Je ne pense vraiment pas pouvoir vous donner une réponse intelligente.

M. Caldwell: J'ai quelques questions à propos des parties de baseball. Arrive-t-il que des membres de NABET employés à la Société Radio-Canada traversent la frontière pour travailler à une production canadienne? Je pense à une émission comme *The Fifth Estate*, par exemple.

M. Sullivan: Il y a là deux aspects. D'une part, pour les nouvelles, le ministère de l'Emploi et de l'Immigration permet le libre-échange des personnes de part et d'autre de la frontière. Je suppose qu'une émission comme *The Fifth Estate* est considérée comme une émission d'information.

Nous voulions parler d'une grande production, de l'envergure d'une partie de baseball, que l'on peut prévoir, planifier, et qui n'engage pas seulement une

[Texte]

cameramen but was in fact a crew of about 45 people, which had been done all season long by Canadians.

Mr. Caldwell: What about when *Hockey Night In Canada* goes to Buffalo? Would it be a Canadian crew or do they use a Buffalo crew?

Mr. Sullivan: It is usually a Buffalo crew with Canadian highlight cameramen and maybe an interview cameraman.

Mr. Caldwell: What about the Olympics?

Mr. Sullivan: Are you talking about the Olympics in Calgary or—

Mr. Caldwell: I guess CTV is the host network on this one. The point I am trying to get at is that I do not know who had it; ABC had the World Series—this is what we really are talking about—and basically they were doing it for American consumption. Probably one of the Canadian networks were going to buy it back from them but that is kind of going all the way around the circle. Why they did not want Canadians doing it I guess only ABC knows. I do not imagine it was cheaper to do it this way.

Mr. Sullivan: Oh, obviously not, but our concern was that there had been people doing this type of work all year long.

Mr. Caldwell: Does NABET have the contract with TSN for the Blue Jays games?

Mr. Sullivan: No.

Mr. Caldwell: Are non-union people doing it for TSN?

Mr. Sullivan: It depends on which crew they pick up. It may be a union crew if they pick up CFTO mobile and use CFTO people. It depends—

Mr. Caldwell: Would some of your members go to work on a non-union job as cameramen?

Mr. Sullivan: It may be a union job; this is what we are trying to say. The TSN does not have those crews. TSN goes and picks up crews. If they are doing something in Toronto, they may pick up a freelance crew from our freelance local or people from CFTO. If they go to Calgary, they may use people from CFAC or from CFCN, all of whom are NABET people.

Mr. Caldwell: So Exhibition Park is not a union hall, so to speak?

Mr. Sullivan: No.

Mr. Caldwell: Maple Leaf Gardens is, is it?

Mr. Sullivan: No, not as far as—

Mr. Caldwell: Not necessarily? Okay. I just wanted to clear up where we were going.

Was your union involved in the negotiations or the discussion with the CBC to increase the production of

[Traduction]

poignée de caméramen, mais une équipe d'environ 45 personnes et qui pendant toute la saison, avait été couverte par des Canadiens.

M. Caldwell: Comment cela se passe-t-il lorsque La soirée du hockey se rend à Buffalo? Fait-on appel à une équipe canadienne, ou à une équipe locale?

M. Sullivan: On fait généralement appel à une équipe de Buffalo avec des caméramen canadiens pour les principaux extraits et éventuellement pour les entrevues.

M. Caldwell: Et les Jeux olympiques?

M. Sullivan: Voulez-vous parler des Jeux olympiques de Calgary ou... .

M. Caldwell: Je présume que c'est le réseau CTV qui en sera l'hôte. En fait, je ne savais pas qui l'avait eue: ABC a obtenu les droits de la Série mondiale—car c'est de cela qu'il s'agit vraiment—et elle a été enregistrée essentiellement pour le marché américain. Un des réseaux canadiens allait probablement racheter les droits pour le Canada, mais cela nous ramène au point de départ. Seuls les gens d'ABC savent, je suppose, pourquoi ils n'ont pas voulu de Canadiens. J'imagine que la solution retenue n'était pas moins coûteuse.

M. Sullivan: Oh, non, certainement pas, mais ce qui nous inquiète c'est que ce travail avait été fait toute l'année par nos gens.

M. Caldwell: Le syndicat NABET a-t-il le contrat de TSN pour les parties des Blue Jays?

M. Sullivan: Non.

M. Caldwell: Sont-ce des non-syndiqués qui travaillent pour TSN?

M. Sullivan: Cela dépend de l'équipe. Ils peuvent être syndiqués si c'est une équipe de CFTO. Cela dépend... .

M. Caldwell: Arrive-t-il que vos caméramen acceptent des contrats non syndiqués?

M. Sullivan: J'essaie de vous expliquer que cela peut très bien être syndiqué. La station TSN n'a pas d'équipe, elle les emprunte. S'il se passe quelque chose à Toronto, elle peut engager une équipe de contractuels qui sont membres de notre section locale des contractuels ou une équipe de CFTO. A Calgary, elle fera peut-être appel à des employés de CFAC ou de CFCN, et ils sont tous membres de NABET.

M. Caldwell: *Exhibition Park* n'est donc pas un lieu fermé, en quelque sorte?

M. Sullivan: Non.

M. Caldwell: Mais c'est le cas du *Maple Leaf Gardens* n'est-ce pas?

M. Sullivan: Non, pas que je... .

M. Caldwell: Pas nécessairement. Bon. Je voulais simplement que nous nous comprenions.

Votre syndicat a-t-il négocié ou discuté avec Radio-Canada du plan de la Société d'arriver à 95 p. 100 de

[Text]

Canadian content of the CBC up to 95% with their new plan? Were you involved in it, Mr. Hunter or Mr. Sullivan?

Mr. Hunter: No. The CBC hardly talks to us about industrial relations matters. They do not talk to us with respect to matters concerning policy.

Mr. Caldwell: I would also like to go a little further on the labour matter. We have had a couple of witnesses today and we will be hearing from CUPE very shortly. There has to be more problems with your labour relations than trying to implement equity.

What is the problem at the CBC? Is it that they are asking you to do stuff you do not want to do? Is it that you do not want to do what they are asking you to do? What is the problem?

Mr. Hunter: I think this is why we are suggesting that a commission of inquiry be set up to deal with this. I think we could spend days talking about the problems with industrial relations at the CBC.

There are some significant problems with the CBC's reluctance to simply recognize us as partners in that workplace. I will ask Mr. Sullivan to end up addressing some of those things. We could sit here and talk for days about them.

Mr. Caldwell: Yes, but are they telling you that if you do not do it, you are fired or what?

Mr. Hunter: No, they are not simple like this.

Mr. Caldwell: I keep hearing that there is a problem there, but we have not found the problem yet. What are they really saying?

Mr. Hunter: You are suggesting that those are very simple industrial relations problems. Those are not the kinds of things that concern us.

Mr. Caldwell: So you are looking at the big picture.

Mr. Hunter: We are looking at the big picture.

Mr. Caldwell: I think we will have to deal with the big picture another time.

Mr. Hunter: We are prepared to talk about it if you want to.

Mr. Caldwell: The chairman is trying to cut me off, but I would like to ask you about something. During one of your contracts, there was a floor set of 2,103 jobs. Is this right?

Mr. Hunter: It is true.

Mr. Caldwell: How many do you have today?

Mr. Sullivan: We have 2,045, I believe.

Mr. Caldwell: So you dropped 60.

Mr. Sullivan: This is over about the last two years.

Mr. Caldwell: Was it part of your last contract that you would go down to this level?

[Translation]

contenu canadien? MM. Hunter ou Sullivan, avez-vous participé aux discussions?

M. Hunter: Non, la Société daigne à peine nous parler de questions de relations industrielles. Elle ne nous parle absolument pas de questions politiques.

M. Caldwell: J'aimerais que nous parlions encore des relations de travail. Nous avons déjà entendu plusieurs témoins aujourd'hui et nous allons bientôt entendre le SCFP. Ce n'est pas seulement l'application de la Loi sur l'équité en matière d'emploi qui a troublé vos relations de travail.

Quel est le problème à Radio-Canada? Vous demandez-vous de faire des choses que vous ne voulez pas faire? Refusez-vous de faire ce que l'on vous demande? Quel est le problème?

M. Hunter: C'est pour répondre à cette question que nous demandons que soit mise sur pied une commission d'enquête. Nous pourrions parler des jours entiers des problèmes des relations de travail à Radio-Canada.

Une grande partie des problèmes vient de ce que la Société refuse de nous considérer comme des partenaires au travail. Je vais demander à M. Sullivan de répondre. Nous pourrions en parler des journées entières.

M. Caldwell: Oui, mais vous dit-on que vous serez renvoyé si vous ne faites pas ce que l'on vous dit de faire?

M. Hunter: Non, ce n'est pas si simple.

M. Caldwell: On nous dit sans cesse qu'il y a des problèmes, mais nous n'avons pas encore pu les identifier. Que nous dites-vous au juste?

M. Hunter: Vous en parlez comme s'il ne s'agissait que de simples problèmes de relations industrielles. Ce ne sont pas ces choses-là qui nous préoccupent.

M. Caldwell: Vous considérez donc l'ensemble de la situation.

M. Hunter: C'est cela.

M. Caldwell: Je crois qu'il faudra y revenir une autre fois.

M. Hunter: Nous sommes tout à fait disposés à en parler, si vous le désirez.

M. Caldwell: Le président essaie de me couper la parole, mais j'aimerais encore vous poser une question. Un de vos contrats fixait un seuil de 2,103 emplois, n'est-ce pas?

M. Hunter: C'est exact.

M. Caldwell: Combien en avez-vous aujourd'hui?

M. Sullivan: Nous en avons 2,045, je crois.

M. Caldwell: Vous en avez donc perdu 60.

M. Sullivan: Au cours des deux dernières années.

M. Caldwell: Cela était-il prévu dans le cadre de la dernière convention?

[Texte]

[Traduction]

• 1515

Mr. Sullivan: No, no. The last contract removed entirely any kind of level and replaced it with just a guarantee that the corporation would not go below a 50:50 split with the independents, which is their stated goal in a number of forums, and they put in our collective agreement that they will not go below that.

The last round of bargainings was an exceptionally tough one. It could have ended in a strike but did not, and what was accepted was something considerably less than that 2,103 floor that was there after a strike in 1981.

The Chairman: Gentlemen, there may be questions we may want to follow up with in writing that we did not think of or get an opportunity to pose today.

On this British Columbia radio situation, where you say the Prince Rupert station is essentially being closed, is there not another side to that? Are not operations being opened in Kamloops, Kelowna, and Prince George?

Mr. Hunter: That is true. Our information comes from the media and from some of our members and not from the CBC, but our understanding is what is happening is they are closing that Prince Rupert operation and setting up facilities in Prince George, Kelowna, Kamloops, and Victoria.

The Chairman: And Prince Rupert will be maintained as a storefront—

Mr. Hunter: That is right.

The Chairman: —as will those other cities you mentioned.

Mr. Hunter: In fact, in terms of numbers, I believe we increase our complement by one. But our concern is that the CBC is shutting down a very valuable service that was provided to an area of British Columbia that has been underserved and is spreading this out around the province. I think they could have been congratulated if they spread it out across the province and provided better service without shutting down Prince Rupert, because we think Prince Rupert made a valuable contribution to the coverage in that area.

We are also concerned about what this means in the future. We think the CBC has picked an easy one. We are very concerned about Sydney, Nova Scotia, about Windsor, about other places. We are concerned that what they are attempting to do here is to set the precedent and then start shutting down other locations. We have a lot of under-utilized people in this country.

The Chairman: Mrs. Finestone has asked me to ask on behalf of the committee whether you would be prepared to table with the committee any correspondence you have had on workers across the border with the Canadian Ministry of Employment and Immigration. Have you had much correspondence?

M. Sullivan: Non, non. Dans la dernière convention, il n'était plus du tout question de niveau, mais simplement d'une garantie de la part de la société de ne pas dépasser 50 p. 100 avec les indépendants, puisque c'est l'objectif qu'elle a annoncé à plusieurs reprises, et il est dit dans la convention collective que cela n'ira pas au-delà.

Les dernières négociations ont été particulièrement difficiles. Cela aurait très bien pu se terminer par une grève, mais cela n'a pas été le cas et nous avons fini par accepter beaucoup moins que le seuil de 2,103 emplois qui avaient été fixés après la grève de 1981.

Le président: Messieurs, il nous viendra peut-être à l'esprit d'autres questions que nous vous poserons par écrit.

A propos de la radio en Colombie-Britannique, lorsque vous dites que la station de Prince Rupert va fermer, n'oubliez-vous pas de dire que l'on va ouvrir des stations à Kamloops, Kelowna et Prince George?

M. Hunter: C'est vrai. Nous tenons nos informations des médias et de certains de nos membres, mais pas de la Société Radio-Canada; il semblerait effectivement que la Société va fermer Prince Rupert et ouvrir des stations à Prince George, Kelowna, Kamloops et Victoria.

Le président: Et à Prince Rupert, il restera un bureau. . .

M. Hunter: C'est cela.

Le président: . . . comme il y en aura dans les villes que vous avez mentionnées.

M. Hunter: D'ailleurs, je crois que nos nombres augmentent par là. Mais ce qui nous inquiète, c'est que Radio-Canada ferme une station très importante pour cette région de la Colombie-Britannique qui avait toujours été mal desservie et qu'elle dissémine le service dans toute la province. On pourrait l'en féliciter si elle améliorait le service ailleurs sans fermer la station de Prince Rupert, car à notre avis, celle-ci avait très bien su servir cette région.

Nous sommes également inquiets de ce que nous réserve l'avenir. Nous pensons que la Société Radio-Canada a choisi de commencer par le plus facile. Nous craignons pour l'avenir de Sydney, en Nouvelle-Ecosse, de Windsor, et d'autres stations. Nous nous inquiétons parce que nous pensons que la Société a voulu créer un précédent et qu'elle va ensuite fermer d'autres stations. Il y a beaucoup de personnel sous-utilisé à travers le pays.

Le président: M^{me} Finestone me prie de vous demander au nom du Comité si vous accepteriez de déposer devant le Comité la correspondance que vous avez échangée avec le ministère de l'Emploi et de l'Immigration au sujet du travail transfrontalier. Y a-t-il eu un échange de correspondance?

[Text]

Mr. Hunter: We do not have it with us. We can certainly provide it for you.

The Chairman: Would you share it with us if you have it?

Mr. Hunter: If there is any, I will find it.

The Chairman: Thank you, gentlemen.

We are going to keep moving and call representatives of the Canadian Union of Public Employees, the Broadcast Council, President Robert Paterson, and Director Gordon Johnson of the Broadcast Division.

Welcome, gentlemen. We look forward to a brief statement from you, and then to the opportunity of posing some questions. Please go ahead, sir.

Mr. Robert Paterson (President, Broadcast Council, Canadian Union of Public Employees): Thank you, Mr. Chairman. Committee members, first of all, I would like to take this opportunity to thank you for allowing us to appear before you on this second phase of your study of broadcasting policy.

We have, as you requested, submitted 15 copies of our brief. This is the same brief we sent to you last August, and we have taken the opportunity to formally table it at this hearing. I would like to raise some other matters with you, however, and offer some comments that we consider important.

• 1520

Timetable: The original task force hearings started in the summer of 1985. The report was issued in September 1986. We are now into November 1987, with a report from your committee probably not possible before early 1988. Following that, the Minister of Communications will undertake her deliberations and a final conclusion on the recommendations of the task force on broadcasting policy seems quite a way down the road.

Our concern is that by the time the broadcasting policy finally is presented and passed into law, there may not be any crafts people and artists left to put on programs. As we have highlighted in our various submissions to the task force and in our brief, the production resources at CBC are diminishing at an alarming rate. By the time we have a new broadcasting policy for Canada and for the CBC, it may well be too late.

We know that there is a requirement for your committee to examine all the elements of the task force report. We know that you must also look at the areas not covered by the report and we know that the Minister of Communications has asked that you consider all broadcast policy options. But there must be a conclusion somewhere, soon!

Changes in Technology: A lot of discussion has taken place with regard to the importance of designing a

[Translation]

M. Hunter: Nous n'avons pas ces documents avec nous. Nous pouvons certainement vous les faire parvenir.

Le président: Si vous les avez, accepteriez-vous de nous les montrer?

M. Hunter: S'ils existent, je les trouverai.

Le président: Merci, messieurs.

Nous allons maintenant entendre les représentants du Syndicat canadien de la Fonction publique, Conseil de la radio-télévision, qui sont Robert Paterson, président, et Gordon Johnson, directeur.

Messieurs, soyez les bienvenus. Vous pouvez nous faire une brève déclaration après quoi nous vous poserons des questions. Allez-y.

M. Robert Paterson (président, Conseil de la radio-télévision, Syndicat canadien de la Fonction publique): Merci, monsieur le président. Mesdames et messieurs les députés, je voudrais tout d'abord vous remercier de nous avoir permis de comparaître dans le cadre de la deuxième phase de votre étude sur la politique de radio et télédiffusion.

Comme vous nous l'aviez demandé, nous vous avons fait parvenir quelques exemplaires de notre mémoire. C'est le même que nous vous avons envoyé en août, et nous le déposons maintenant officiellement devant le Comité. Je voudrais cependant aborder certaines questions aujourd'hui, et faire certains commentaires qui nous paraissent importants.

Le délai: Le premier groupe de travail a tenu ses premières audiences pendant l'été 1985. Il a publié son rapport en septembre 1986. Nous sommes maintenant en novembre 1987 et votre Comité ne déposera probablement pas son rapport avant le début 1988. La ministre des Communications devra ensuite l'examiner et la réponse finale aux recommandations du groupe d'étude sur la politique de radio et télédiffusion se fera attendre encore longtemps.

Nous craignons qu'avant que la politique ne soit arrêtée et ne prenne forme de loi, tous les artisans et les artistes aient disparus. Comme nous l'avons souligné dans nos divers exposés devant le groupe d'étude ainsi que dans notre mémoire, les moyens de production à Radio-Canada s'épuisent à une vitesse alarmante. La nouvelle politique de radio et télédiffusion pour le Canada et la société Radio-Canada risque d'arriver trop tard.

Nous savons que votre Comité doit prendre en considération tous les aspects du rapport du groupe d'étude. Nous savons que vous devez aussi examiner d'autres domaines qui n'ont pas été abordés dans ce rapport et que la ministre des Communications vous a demandé d'examiner toutes les options possibles. Mais il doit bien y avoir une conclusion en vue, bientôt!

L'évolution technique: On a beaucoup parlé de l'importance qu'il y avait à établir une politique de radio

[Texte]

broadcasting policy that takes into consideration the rapidly changing technology. While this is certainly necessary to be sure that the policy is relevant to the 21st century, an equally important element of this policy must not be overlooked. This concern is the human impact and the effect this technology will have on the employees. At present CBC is not replacing antiquated equipment due to budget cuts. Sooner or later there will have to be a massive expenditure for new, more modern equipment.

There are only two places where that money can be found: either through government funds or further cut-backs of staff. The point has been made time and time again that there can be no further cuts of staff without a drastic cut in program services.

Even if money is provided or found, the other element, still a human one, is training. Proper and ample training must be given so those affected by technological change can adapt and perform their creative skills in a new technological age.

With respect to regional programming, we have talked a lot in our brief about regional programming. We have been pleased to see a new change in CBC's own direction to divert some program production back into the regions. This is a good direction and it must be continued.

Network Centres: While there has been a planned shift to have more programs produced in the regions, the current emphasis to have more and more done in the network centre—English TV Programming—has caused unrealistic demands on the reduced number of employees. Mandatory 16-hour days are not only ridiculous in this day and age, but in the long run reduce the efficiency of those producing the product.

How economical can it be to have production employees working overtime and then more overtime, instead of hiring the proper staff to do the job? This does not seem to be a effective use of either financial or human resources. Managers under pressure to reduce costs are making demands on employees that are proving to be unreasonable and can only lead to a further deterioration of relations between labour and management.

Funding: Our last concern is one that I am sure you have heard many times before. How can CBC continue to increase quantity and quality of Canadian programming when it is already strapped for funds, staff and resources? Proper funding and proper long-term funding must be an integral part of the new broadcasting policy. We urge the committee to consider and recommend that the government give the CBC a five-year funding base, which will not only allow it to maintain its present services but also to provide new services and to meet its objectives of more and better Canadian programming. Thank you.

[Traduction]

et télédiffusion en tenant compte de la rapidité des changements techniques. Cela est certainement nécessaire, mais si l'on veut que la politique soit encore valable au XXI^e siècle, il est un autre aspect qui ne saurait être ignoré: l'aspect humain et l'effet de l'évolution technique sur les employés. À cause des compressions budgétaires, Radio-Canada n'est pas en mesure actuellement de remplacer le matériel désuet. Tôt ou tard, elle devra engager de très fortes dépenses pour moderniser son matériel.

Cet argent ne pourra venir que de deux sources: soit du gouvernement, soit en réduisant encore le personnel. On a déjà dit à maintes reprises que cela ne saurait se faire sans une importante réduction des programmes.

Même si l'on trouve ou obtient de l'argent, il reste un élément humain, la formation. Ceux qui sont touchés par les changements techniques doivent être bien formés pour pouvoir s'adapter et continuer de faire leur travail de création dans un environnement technique différent.

Quant à la programmation régionale, nous en parlons longuement dans notre mémoire. C'est avec plaisir que nous avons noté un changement de direction au sein de Radio-Canada, un retour à la production régionale. C'est une bonne chose, et il faut que cela continue.

Les centres du réseau: Si l'on prévoit de confier davantage de productions aux régions, la tendance actuelle à faire faire de plus en plus de programmation pour le réseau anglais au centre a mis les employés, déjà peu nombreux, dans une situation intenable. Exiger qu'ils fassent des journées de 16 heures, ce n'est pas seulement ridicule à notre époque, mais à la longue, cela affecte leur efficacité.

Peut-on vraiment réaliser des économies en demandant aux employés de faire des heures supplémentaires, et encore des heures supplémentaires plutôt que d'engager le personnel qu'il faut? Cela ne semble pas être une méthode efficace ni sur le plan financier, ni sur le plan humain. Les directeurs auxquels on demande de réduire les coûts se montrent déraisonnables à l'égard de leurs employés et cela ne peut qu'envenimer davantage les relations de travail.

Le financement: Je suis sûr que vous avez souvent entendu la question. Comment la Société Radio-Canada peut-elle continuer de produire de plus en plus d'émissions canadiennes de meilleure qualité alors qu'elle manque d'argent, de personnel et de ressources? La nouvelle politique de radio et de télédiffusion doit comprendre une politique de financement adéquate et de financement à long terme. Nous exhortons votre Comité à recommander au gouvernement d'adopter pour Radio-Canada une base de financement quinquennal, ce qui permettra non seulement à la Société de maintenir ses services actuels mais également d'en offrir de nouveaux et d'atteindre ses objectifs qui sont de produire davantage d'émissions canadiennes et de meilleure qualité. Merci.

[Text]

The Vice-Chairman: Thank you, Mr. Paterson. Mr. Blackburn is not here at this point, so we will move to Mr. Heap, who will lead off the questioning.

Mr. Heap: Thank you, Mr. Chairman.

I am concerned about the last two points that you raise: the mandatory 16-hour days and generally the abuse of overtime. I will take that one first.

• 1525

I take it this is a matter you are dealing with in labour negotiations, but the results so far seem to you not only bad for the members concerned or bad for people who might have been employed legitimately, but also bad for the quality of work and bad for the general mutual confidence needed in labour relations. Are you suggesting any action that should be taken by government on this matter? Are you suggesting anything that should be in the new legislation, for example, relating to this point? Or is this something that really you think can only be handled as between the representatives of the employees and the representatives of management?

Mr. Paterson: What I think, Mr. Heap, is that it is a side effect of the lack of resources and funds. There is no real long-term planning. They find themselves with a production schedule that is unrealistic in terms of their being able to meet it with their existing staff. On short notice they may not be able even to supplement the staff with the usual relief or temporary employees arrangement. When they find themselves in that situation, they make these unreasonable demands of the employees.

We are attempting to resolve it through the grievance arbitration procedure. Unfortunately, as I am sure you are aware, it is a long, drawn-out process, and usually by the time you finally get a decision on a particular instance, the situation has changed. So it is not a terribly satisfactory means of resolving the problem, although that is the approach we have taken so far. The local union in Toronto here, which covers the production employees, is seeking other means, such as perhaps going to the board and protesting. Some of it amounts to an interpretation of rights under the collective agreement. Certainly the employers are far different from ours in what they can expect or demand from the employees.

Mr. Heap: What you are saying is that the normal guidelines of labour negotiations do not handle the problem satisfactorily, because of the lack of long-term funding; management is going from hand to mouth without knowing what money it has next year, so it over-uses short-term approaches. Is that it?

Mr. Paterson: That essentially is it. The collective bargaining process... we have our collective agreement in place. I feel what is happening is a stretching of an interpretation of what exists in the collective agreement to meet these short-term solutions.

Mr. Heap: You feel if the government would undertake the five-year funding base, there would be a reasonable

[Translation]

Le vice-président: Merci, monsieur Paterson. M. Blackburn étant absent pour l'instant, je vais donner la parole à M. Heap.

M. Heap: Merci, monsieur le président.

Ce sont vos deux derniers points qui me préoccupent: la journée obligatoire de 16 heures et l'abus généralisé des heures supplémentaires. Commençons par là.

Je présume qu'il en est question dans le cadre des négociations syndicales, mais vous estimez que jusqu'ici, les résultats sont néfastes non seulement pour les membres touchés ou pour ceux qui auraient pu être légitimement employés, mais aussi pour la qualité du travail et des relations de travail. Suggérez-vous que le gouvernement prenne des mesures? Proposez-vous une disposition à inclure dans la nouvelle loi, par exemple? Ou pensez-vous plutôt que seuls les représentants des employés et ceux de l'employeur peuvent ensemble trouver une solution?

M. Paterson: Ce que je pense, monsieur Heap, c'est que le problème est une conséquence du manque de ressources et de fonds. Il n'y a pas véritablement de planification à long terme. Ils ont un programme de production qu'ils ne peuvent raisonnablement pas respecter avec les ressources à leur disposition. Si le préavis est court, ils n'arrivent parfois même pas à trouver les travailleurs supplémentaires ou temporaires nécessaires. Ils demandent alors à leurs employés des choses inacceptables.

Nous essayons de résoudre le problème par la procédure d'arbitrage des griefs. Malheureusement, comme vous le savez certainement, quand un cas est enfin réglé, la situation a changé. Ce n'est donc pas une solution très satisfaisante, mais c'est celle que nous avons retenue jusqu'ici. La section locale de Toronto, qui regroupe les employés de production, cherche de nouvelles solutions, et elle envisage de protester devant le conseil d'administration. C'est souvent une question d'interprétation des droits que confère la convention collective. L'employeur a certainement une interprétation tout à fait différente de ce qu'il est en droit d'attendre ou d'exiger des employés.

M. Heap: Vous voulez dire que les procédures normales de négociation syndicale ne permettent pas de résoudre véritablement le problème en raison du manque de financement à long terme; la direction vit au jour le jour, sans savoir combien elle aura l'an prochain, et elle abuse donc des solutions temporaires. Est-ce bien cela?

M. Paterson: C'est essentiellement cela. La négociation collective... Nous avons une convention collective. J'estime que l'employeur en force l'interprétation pour résoudre ses problèmes dans l'immédiat.

M. Heap: Vous pensez que si le gouvernement adoptait un plan de financement quinquennal, vous pourriez

[Texte]

chance you could negotiate in the light of that, with management, a more reasonable and really workable arrangement of persons and hours.

Mr. Paterson: Yes, I think that is getting to the heart of the problem as well. We were not able to negotiate successfully the sort of scheduling provisions in the collective agreement that we would have liked to have seen in place. I believe the employer felt and maintained all through the negotiations that they must maintain a level of what they called "flexibility". I think that reflected their inability to plan as a result of a lack of resources.

Mr. Heap: Does that same problem, the lack of five-year planning, the lack of a five-year budget, in effect underlie your second point—about technology, that they are not replacing equipment and some day there is going to be a huge bill for a big catch-up, and that they are not training people? Is that part of it?

Mr. Paterson: That is precisely correct.

Mr. Heap: It is the hand-to-mouth way they are living that causes that trouble too, is it?

Mr. Paterson: Yes. As you know, NABET is really the technical union inside CBC. But we hear the nightmares stories about equipment, and of course in our own film areas, and with the other people who handle the equipment, such as the graphic and set designers, the corporation is so far behind the industry as a whole that it is unbelievable they can still maintain the level of programming they have.

• 1530

Mr. Heap: When you say they are behind the industry as a whole, it brings me to your first point in the second paragraph. You say that the production resources at CBC are diminishing at an alarming rate. Could it be argued by somebody else that it is not a problem because the industry outside the CBC is taking up the slack and if the CBC cannot do it, other organizations can and will do it?

Mr. Paterson: I suppose the argument could be made if you were not concerned about content. There are no similarly producing facilities outside which have the same mandate or produce the same type of programs. If you are just talking about volume, I guess you could make that argument.

Mr. Heap: You are saying this is a sort of time bomb, that for lack of long-range planning, long in the sense of five years, we are losing people and equipment. We are going to lose content which will not be replaced by competitors.

Mr. Paterson: Yes, that is precisely it.

Mr. Caldwell: I would like to pursue the matter of the 16-hour days. How prevalent is it? Is it becoming more common or less common?

[Traduction]

probablement négocier avec la direction une entente plus raisonnable et plus acceptable en ce qui concerne le personnel et les heures de travail.

M. Paterson: Oui, encore une fois, je crois que c'est essentiellement là qu'est le problème. Nous n'avons pas pu négocier les dispositions que nous désirions en matière d'horaires. Pendant toutes les négociations, l'employeur a soutenu qu'il avait besoin d'une certaine souplesse. Cela provenait, je pense, de son incapacité de planifier en raison de la pénurie de ressources.

M. Heap: L'absence d'un plan quinquennal, d'un budget quinquennal, n'était pas également à la source de votre deuxième sujet d'inquiétude, c'est-à-dire le personnel que l'on ne forme pas, l'équipement que l'on ne remplace pas et qu'il faudra un jour moderniser à grands frais?

M. Paterson: Précisément.

M. Heap: Le problème vient, là encore, de cette façon de vivre au jour le jour, n'est-ce pas?

M. Paterson: Oui. Comme vous le savez, c'est NABET qui représente les employés techniques à Radio-Canada. Mais nous entendons des histoires terrifiantes à propos de l'équipement, et, bien sûr, dans notre propre domaine cinématographique, et dans d'autres, comme le graphisme et les décors, la société a pris tellement de retard sur les autres télédiffuseurs que l'on se demande comment elle parvient à maintenir sa programmation.

M. Heap: Lorsque vous dites que la société est en retard par rapport aux autres télédiffuseurs, cela me rappelle le premier point de votre deuxième paragraphe. Vous dites que les moyens de production à la société diminuent à un rythme alarmant. Ne pourrait-on pas faire valoir que ce n'est pas un problème, puisque les autres prennent la relève et que si Radio-Canada n'est plus en mesure d'assurer ces productions, d'autres le feront.

M. Paterson: L'argument est valable, je suppose, si l'on n'attache aucune importance au contenu. Aucune société de production externe n'a le mandat qu'a la société, ni ne produit le même genre d'émissions. Si l'on ne s'intéresse qu'à la quantité, je suppose que l'argument est valable.

M. Heap: Vous dites que cette absence de planification à long terme—j'entends par là sur cinq ans—est une espèce de bombe à retardement, qui nous fera perdre personnel et matériel. Nous allons perdre un certain contenu que ne pourront remplacer les concurrents.

M. Paterson: C'est précisément cela.

M. Caldwell: Je voudrais revenir sur ces journées de 16 heures. Sont-elles monnaie courante? Deviennent-elles plus ou moins fréquentes?

[Text]

Mr. Paterson: Like everything else in the CBC, it seems to be short-term. I am sure it is an emergency short-term situation existing currently at the network centre in Toronto.

Mr. Caldwell: How many employees are involved? Would it be half a dozen?

Mr. Paterson: No. We are talking about most of the production teams. Once they get into a production crew, those demands are being made regularly.

Mr. Caldwell: What kind of work are they doing?

Mr. Paterson: The categories involved would be the shops areas, the carpenters, scenic artists and production assistants working on programs.

Mr. Caldwell: Are they doing it because they are short of staff or because they have more production than they can handle?

Mr. Paterson: I think they are doing it because they are short of staff for the production peaks which come and go.

Mr. Caldwell: That is not too bad. Is it not good to be at least working?

Mr. Paterson: It is good to be working, but I would not like to work two 16-hour days plus another 12-hour day. There comes a time when your efficiency drops and the situation can be dangerous in some categories.

Mr. Caldwell: MPs should remember that also.

Mr. Paterson: Yes, that is true.

Mr. Caldwell: Do any of your members work on independent productions? As well as working for the CBC, would some of them work for a film editing company at night or on Saturdays?

Mr. Paterson: I suppose it happens. I do not have any statistics. It is an individual arrangement the employee makes with the company. He has to seek approval.

Mr. Caldwell: Were you asked about the 95% Canadian programming plan of the CBC? Was your union asked to participate in any discussions along those lines?

Mr. Paterson: No, we saw the news releases just as everybody else did.

Mr. Caldwell: Mr. Juneau said that basically we are going to go ahead with this thing holus bolus and be very aggressive, that whether or not we get the money from the government, we are going to go through with it. What effect is that going to have on your members?

Mr. Paterson: As I said in my opening remarks, there are only a couple of places the extra funding can come from. It is either by additional cutbacks, which we think would be disastrous, or more money for funding from the government I suppose.

Mr. Caldwell: He is determined he is going to do it one way or the other, funding or no funding.

[Translation]

M. Paterson: Comme pour tout le reste à Radio-Canada, je pense que cela ne durera pas. Je suis sûr que c'est un problème temporaire que connaît actuellement le centre du réseau à Toronto.

M. Caldwell: Combien d'employés cela touche-t-il? Une demi-douzaine?

M. Paterson: Non, la majorité des équipes de production. À partir du moment où l'on met sur pied une équipe de production, cela devient régulier.

M. Caldwell: Quel genre de travail font-ils?

M. Paterson: Ce sont les employés des ateliers, les menuisiers, les scénographes et les assistants de production qui sont touchés.

M. Caldwell: Est-ce parce que l'on manque de personnel ou parce qu'il y a trop d'émissions à produire?

M. Paterson: C'est parce qu'il n'y a pas suffisamment de personnel pour les périodes de pointe.

M. Caldwell: Ce n'est pas si terrible. N'est-ce pas au moins une bonne chose d'avoir du travail?

M. Paterson: C'est bon de travailler, mais je ne voudrais pas avoir à faire deux journées de 16 heures suivies d'une autre de 12 heures. À partir d'un certain point, on travaille moins bien, et cela peut parfois être dangereux.

M. Caldwell: Les députés ne devraient pas l'oublier.

M. Paterson: Vous avez raison.

M. Caldwell: Certains de vos membres travaillent-ils à des productions indépendantes? En dehors de leur travail à Radio-Canada, certains travaillent-ils le soir ou le samedi pour des sociétés de montage?

M. Paterson: Je suppose que cela arrive. Je n'ai pas de chiffres là-dessus. L'employé s'entend directement avec la société. Il doit obtenir la permission.

M. Caldwell: Avez-vous été consultés à propos de l'objectif de programmation canadienne à 95 p. 100? Votre syndicat a-t-il été invité à participer aux discussions sur ce sujet?

M. Paterson: Non, nous l'avons appris par communiqué de presse, comme tout le monde.

M. Caldwell: M. Juneau a dit essentiellement que la société allait s'y mettre immédiatement et avec beaucoup de dynamisme, et que cela se ferait, avec ou sans l'aide financière du gouvernement. Quel effet cela aura-t-il sur vos membres?

M. Paterson: Comme je l'ai dit dans ma déclaration, il n'y a que deux sources possibles de fonds supplémentaires. On peut soit exercer de nouvelles coupures, ce qui, à notre avis, serait désastreux, soit obtenir davantage du gouvernement, je suppose.

M. Caldwell: Il est décidé à réaliser son projet, avec ou sans financement.

[Texte]

Mr. Paterson: You will have to ask Mr. Juneau.

Mr. Caldwell: We did.

Mr. Paterson: It baffles us somewhat.

Mr. Caldwell: You are saying your members are working to the optimum now and it would be impossible to load any more work on them. Is that what you are saying?

• 1535

Mr. Paterson: Yes, in those production groups directly affected in programming. In the production bargaining unit, for instance—and I am talking of Toronto for the moment—of a membership of something like 500, there may be about 150 of those affected in that way at various times, not all of them necessarily at the same time. As a production would pass through the processes, from the design and planning area through the workshops and then onto the studio floor or on remote locations, each of those groups would be affected when the squeeze was on them.

Mr. Caldwell: Are salesmen still under your unit or not?

Mr. Paterson: Yes, they are. They are part of the office and professional bargaining unit, which we represent.

Mr. Caldwell: Has the pressure been put on them to increase their sales?

Mr. Paterson: Enormously.

Mr. Caldwell: To the point of being very difficult?

Mr. Paterson: To the point of being very difficult.

Mr. Caldwell: By how much would they have raised their quotas each year, in the last couple of years?

Mr. Paterson: We keep getting word from the salesmen that the quotas have been raised unreasonably and they talk about the figures of the previous year. I do not have the actual—

Mr. Caldwell: Have you gone before a grievance committee on that or talked to management about that, that they are putting undue pressure on the salesmen?

Mr. Paterson: We have dealt with it in a variety of ways. The grievance procedure, unfortunately, is not too appropriate a means of resolving that type of problem, because the contractual language is not so precise that we can prove, in front of an arbitrator for instance, that there is a violation of the collective agreement. So we have met with them in forum and talked about the unreasonable pressures they are putting. It would be covered by something as vague as perhaps the health and safety language of the collective agreement, which really is not terribly satisfactory, I will admit.

Mr. Caldwell: Have the negotiations pretty well been completed regarding film cameramen and film editors versus ENG operators and ENG editors, which have gone

[Traduction]

M. Paterson: Il faudra poser la question à M. Juneau.

M. Caldwell: Nous l'avons fait.

M. Paterson: Le projet nous déconcerte.

M. Caldwell: Vous dites que vos membres donnent déjà leur maximum et que l'on ne peut absolument pas leur en demander plus, c'est bien cela?

M. Paterson: Oui, c'est vrai pour les équipes de production qui participent directement à la programmation. Dans l'unité de négociation de production, par exemple—et je parle maintenant de Toronto—sur environ 500 membres, il y en a peut-être 150 qui seraient touchés, pas tous nécessairement en même temps. À mesure qu'une production avance, de la conception et planification au tournage en studio ou en extérieur, en passant par les ateliers, tous ces groupes seraient touchés à tour de rôle.

M. Caldwell: Représentez-vous encore les vendeurs?

M. Paterson: Oui. Ils sont rattachés à l'unité de négociation du personnel de bureau et des professionnels, unité que nous représentons.

M. Caldwell: Les presse-t-on d'accroître leur volume de vente?

M. Paterson: Très fortement.

M. Caldwell: Au point où ça devient très difficile?

M. Paterson: À ce point-là.

M. Caldwell: Au cours des quelques dernières années, de combien leurs quotas ont-ils augmenté chaque année?

M. Paterson: Les vendeurs rapportent que l'on a augmenté leurs quotas de façon déraisonnable, et ils nous donnent toujours les chiffres de l'année précédente. Je n'ai pas. . .

M. Caldwell: Avez-vous fait savoir au comité de révision des griefs ou à la direction que la pression est excessive?

M. Paterson: Nous avons fait plusieurs choses. Malheureusement, la procédure des griefs se prête mal à ce genre de conflit, car le langage contractuel est trop imprécis pour que nous puissions prouver à un arbitre, par exemple, que la convention collective n'a pas été respectée. Nous avons donc organisé une table ronde avec l'employeur et lui avons fait savoir que les pressions sont excessives. Cela tombera peut-être sous le régime de dispositions aussi vagues que celles concernant la santé et la sécurité, et j'avoue que ce n'est pas vraiment satisfaisant.

M. Caldwell: Les négociations concernant la situation des ciné-caméramen et des ciné-monteurs par rapport aux caméramen et monteurs en journalisme électronique,

[Text]

from CUPE to NABET? Has that pretty well been completed across the country?

Mr. Paterson: A process is still under way of relocating the people who were affected by the transition to ENG.

Mr. Caldwell: Do you think that has been handled fairly?

Mr. Paterson: There are some pockets of concern, but for the most part I would say there has been an attempt to treat those people fairly.

Mr. Caldwell: How many members did you lose over that particular shift?

Mr. Paterson: A couple of hundred, I am told.

Mr. Caldwell: So your current membership in CBC is what?

Mr. Paterson: In CBC, both bargaining units, it is about 2,500.

Mr. Caldwell: How many did you have in 1984?

Mr. Paterson: About 3,200.

Mr. Caldwell: And you lost a couple of hundred to NABET?

Mr. Paterson: Well, they did not all necessarily go to NABET. Some of them were retrained and relocated within the CUPE bargaining units, too.

Mr. Caldwell: I might just say, Mr. Chairman, that I was a member of that bargaining unit for some 18 years.

Mrs. Finestone: That is how your questions were so relevant and intelligent and on-the-mark.

The Chairman: That is before you got into a risky business.

Mr. Caldwell: With 16-hour days.

Mrs. Finestone: I am just curious: is the number of unions excessive?

Mr. Paterson: Yes.

Mrs. Finestone: Is the present number of unions then in the workers' interests, even though it is excessive?

Mr. Paterson: No, I would say, overall, not. I would look favourably upon an amalgamation and larger-based unions.

Mrs. Finestone: Is it in the management's interest?

Mr. Paterson: I think they use it when it suits them, yes.

Mrs. Finestone: What sorts of specific problems are caused by so many unions?

Mr. Paterson: There are the usual jurisdictional problems of new duties coming on board, particularly with equipment, whether this new piece of equipment is a technological piece of equipment that falls under the jurisdiction of another union or whether it is a more

[Translation]

lesquels ont quitté le SCFP pour se joindre à NABET, sont-elles terminées? La question a-t-elle été réglée partout?

M. Paterson: La réaffectation des employés touchés par l'adoption du journalisme électronique n'est pas encore terminée.

M. Caldwell: La justice a-t-elle été respectée, selon vous?

M. Paterson: Certains cas nous inquiètent, mais dans l'ensemble, je dirais qu'on s'est efforcé d'être juste envers ces employés.

M. Caldwell: Combien de membres avez-vous perdu à la suite de cette transition?

M. Paterson: Environ 200, me dit-on.

M. Caldwell: Combien de membres comptez-vous actuellement à Radio-Canada?

M. Paterson: A Radio-Canada, environ 2,500 pour les deux unités de négociation.

M. Caldwell: Combien en aviez-vous en 1984?

M. Paterson: Environ 3,200.

M. Caldwell: Et vous en avez perdu à peu près 200 au profit de NABET?

M. Paterson: Ils ne sont pas tous nécessairement passés à NABET. Certains ont reçu une nouvelle formation et été réaffectés à des unités de négociation du SCFP.

M. Caldwell: Monsieur le président, j'ai moi-même été membre de cette unité de négociation pendant près de 18 ans.

Mme Finestone: Ce qui explique que vos questions soient si pertinentes et intelligentes.

Le président: C'était avant que vous vous lanciez dans une aventure risquée.

M. Caldwell: Avec des journées de 16 heures.

Mme Finestone: Simple curiosité: y a-t-il trop de syndicats?

M. Paterson: Oui.

Mme Finestone: La division actuelle avantage-t-elle les travailleurs, même si les syndicats sont trop nombreux?

M. Paterson: Non, dans l'ensemble, je ne pense pas. Je verrais d'un bon oeil la création, par fusion, de plus grands syndicats.

Mme Finestone: Cela avantage-t-il la direction?

M. Paterson: Je crois qu'elle a su le faire jouer en sa faveur, à l'occasion.

Mme Finestone: Quels genres de problèmes, en particulier, la fragmentation des syndicats entraîne-t-elle?

M. Paterson: Il y a les habituelles questions de compétence chaque fois qu'on introduit de nouvelles fonctions, surtout lorsqu'il s'agit de déterminer si un nouveau type d'équipement doit être considéré comme du matériel technologique relevant de la compétence d'un

[Texte]

sophisticated tool in the completion of an assignment. For instance, in graphics there are pieces of equipment that we feel are tools for a designer, even though they are fairly elaborate. Once they are in place, they are tools to assist the designer in his function of designing graphics or sets.

• 1540

Mrs. Finestone: Based on what you have just said, does the labour relations system aid or impede the process of adapting to all this new technological change?

Mr. Paterson: The present system could and should be improved. We share the responsibility for this. We are one of the trade unions concerned with protecting membership and jurisdiction. It is difficult, but it is something that we keep working at.

Mrs. Finestone: In light of the fact that there are so many different skills and levels of expertise required in such diverse fields, do you think that a creative, journalistic organization needs different labour relations, let us say, from those involved in industrial or technological fields?

Mr. Paterson: I would have to have some sort of a model to draw a comparison from. Certainly I see flaws in the present system and would be interested in improving it, but I would like to examine what was being suggested to replace what is currently in effect.

Mrs. Finestone: I am not suggesting anything. But when you are dealing with performance skills as opposed to skills protected under industrial or mechanical rights, do you need different unions with different expertise, or can it be covered by blanket organizations like NABET or CUPE?

Mr. Paterson: For practical purposes, it would have to be divided.

Mrs. Finestone: I had no plan in my head.

Mr. Paterson: I can see it being broader based with more amalgamation of certain categories within a single bargaining unit. I think a review would be correct and in order.

Mrs. Finestone: You have concerns regarding multicultural minorities and regional diversity. Did you come up with a concrete view? I presume that is because your own unions reflect the fact that Canada is not wholly English or French based; we also have a third of our population that reflect a very profound sense of multicultural beliefs. Were you concerned that this is not being mainstreamed enough? Did you want multilingual channels? Did you feel that the place for that was in community channels, or did you want more of that reality reflected in the mainstream service behind and in front of the screen?

Mr. Gordon Johnson (Director, Broadcast Division, Canadian Union of Public Employees): When we were

[Traduction]

autre syndicat ou s'il s'agit tout simplement d'un outil plus perfectionné. En graphisme, par exemple, il y a des pièces d'équipement qui, selon nous, sont des outils pour le graphiste, même si ce sont des machines plutôt complexes. Une fois en place, elles deviennent des outils pour le dessinateur.

Mme Finestone: En fonction de ce que vous venez de dire, le système des relations de travail facilite-t-il ou entrave-t-il les adaptations que nécessite le progrès technique?

M. Paterson: Il y aurait moyen d'améliorer le système actuel. Nous en sommes en partie responsables. Notre syndicat est de ceux qui cherchent à protéger leurs membres et leur champ de compétence. C'est difficile, mais nous n'y renonçons pas.

Mme Finestone: Les domaines étant si variés, ainsi que les connaissances et les compétences qu'ils exigent, pensez-vous qu'une organisation journalistique, créative, doive être régie par un code des relations de travail distinct de celui des secteurs industriels ou techniques?

M. Paterson: Il faudrait que l'on me montre un modèle, pour que je puisse comparer. Il est certain que le système actuel a ses défauts, et nous sommes prêts à le modifier, mais je voudrais d'abord voir ce que l'on nous propose à sa place.

Mme Finestone: Je ne propose rien du tout. Je me demande si des employés qui travaillent dans le domaine du spectacle, plutôt que dans des métiers industriels ou mécaniques, ont besoin pour les représenter d'un syndicat différent, avec différentes compétences, ou s'ils peuvent être intégrés à de grands organismes comme NABET ou le SCFP?

M. Paterson: A toutes fins utiles, il faut qu'il y ait séparation.

Mme Finestone: Je n'avais aucune idée en tête.

M. Paterson: Je crois qu'il serait possible d'avoir une base élargie, en fusionnant certaines catégories en une seule unité de négociation. Il serait bon, je pense, d'examiner la situation.

Mme Finestone: La question des minorités culturelles et de la diversité régionale vous préoccupe. Avez-vous un plan précis? Je présume que si la question vous intéresse, c'est parce que votre propre syndicat, comme le Canada, n'est pas seulement anglophone ou francophone; un tiers de la population reste très attaché à ses traditions multiculturelles. Estimez-vous que ce n'est pas suffisamment intégré aux grands courants culturels? Recommandez-vous des stations multilingues? Pensez-vous que ce soit le rôle des stations communautaires, ou préféreriez-vous que cette réalité soit davantage reflétée par les principaux réseaux sur et derrière l'écran?

M. Gordon Johnson (directeur, Conseil radiotélévision, Syndicat canadien de la Fonction publique): Lorsque nous

[Text]

looking at it, we gathered a lot of our feeling from the diversity of CUPE as an organization of 340,000 members. Our thrust was in regional programming and in the mainstream. We do not want to put them into ghettos but to make them part of the mainstream of Canadian broadcasting. We want to see the different minorities, the different ethnic cultures across Canada.

• 1545

The Chairman: Mr. Johnson and Mr. Paterson, thank you. That helped greatly. Your whole presentation did, and I am commending to members the brief you presented to us because, as Mrs. Finestone correctly observed, there is a lot to it and we can gain a lot from it. Thank you for your hard work on behalf of this better cause.

We will now call witnesses from the Canadian Film and Television Association, led by Mr. Samuel Jephcott.

At our news conference the question of Toronto's role in the greater Canadian scheme within the Canadian broadcasting framework came up. I did not want to be seen as a Toronto-basher—it is the last thing that was on my mind—but one of the things we had picked up in our travels across the country was there is a feeling that everything kind of gets pulled towards the centre in this country and that there are certain things as a matter of national policy we should try to do to offset that. One of the things I said in Toronto's defence is there is a marvellous collection of talent in Toronto, and it looks as if we have most of it right here at the table.

Mr. Jephcott, would you introduce your colleagues, please, and then give us your presentation.

Mr. Samuel Jephcott (Executive Director, Canadian Film and Television Association): Thank you, Mr. Chairman. Good afternoon, ladies and gentlemen. We are delighted to be here in the Pearson Room.

Alison Clayton is our elected president, but she is unable to join us at the table as she has recently joined the Department of Communications as a senior policy adviser, film. But she is in the audience. With me are Ron Lillie, Chairman of Lauron Pictures, producers and distributors; Michael MacMillan, President of Atlantis Films, producers and distributors; Richard Nielsen, President of Norflicks Productions, producer and writer; Derek McGillivray, President of Ironstar Communications, a distributor and producer; John Ross of Film Finances, a completion guarantor; Stephen Ellis, President of Ellis Enterprises, distributors; and Pat Ferns, President of Primedia Productions, producers. Peter O'Brian was scheduled to be with us today, but he is at home sick; we suspect cirrhosis of the liver.

Mrs. Finestone: [Inaudible—Editor]

[Translation]

avons étudié la question, nous avons formulé notre position à partir de la diversité qu'offre un organisme de 340,000 membres comme le SCFP. Nous nous sommes intéressés principalement à la programmation régionale et aux émissions courantes. Il ne s'agit pas de créer des ghettos, mais de faire du multiculturalisme une composante de la télédiffusion canadienne. Nous voulons que les minorités, la diversité des cultures ethniques, soient représentées à travers tout le pays.

Le président: Merci, messieurs Johnson et Paterson. Vous nous avez beaucoup apporté. Je recommande vivement aux députés de lire le mémoire que vous nous avez présenté, car, comme l'a très justement fait remarquer M^{me} Finestone, il y a beaucoup à en tirer. Nous vous remercions de l'énorme travail que vous avez fait pour l'avancement de cette cause.

J'appelle maintenant la délégation de l'Association canadienne de cinéma-télévision, dirigée par M. Samuel Jephcott.

A notre conférence de presse, quelqu'un a posé la question du rôle de Toronto dans la télédiffusion au Canada. Je ne voudrais pas que l'on pense que je suis un détracteur de Toronto—loin de moi cette intention—mais au cours de nos déplacements à travers le pays, nous avons pu remarquer que dans les régions, on a souvent l'impression que tout va au centre, dans ce pays, et qu'une politique nationale devrait chercher à contrebalancer cette attraction. J'ai pris la défense de Toronto en disant, notamment, qu'on y trouvait énormément de talents, et on dirait que nous en avons une bonne partie ici, à cette table.

Monsieur Jephcott, je vous prierais de nous présenter vos collègues, avant de faire votre exposé.

M. Samuel Jephcott (directeur exécutif, Association canadienne de cinéma-télévision): Merci, monsieur le président. Bonjour, mesdames et messieurs. Nous sommes ravis d'être dans la salle Pearson.

M^{me} Alison Clayton est présidente désignée de notre association, mais elle ne peut pas se joindre à nous, car elle est récemment entrée au ministère des Communications, où elle occupe le poste de conseiller principal en matière de politique cinématographique. Elle est cependant dans la salle. Je suis accompagné de Ron Lillie, président de *Lauron Pictures*, production et distribution; Michael MacMillan, président de *Atlantis Films*, production et distribution; Richard Nielsen, président de *Norflicks Productions*, producteur et auteur; Derek McGillivray, président de *Ironstar Communications*, distributeur et producteur; John Ross, de *Film Finances*, qui garantit la réalisation; Stephen Ellis, président de *Ellis Enterprises*, distributeur; et enfin, Pat Ferns, président de *Primedia Productions*, producteurs. Peter O'Brian devait être parmi nous, mais il est malade; ce doit être une cirrhose du foie.

Mme Finestone: [Inaudible—Éditeur]

[Texte]

Mr. Jephcott: That is for you to determine.

The Chairman: Mr. Jephcott, whether it was intended that way or not, I do want to advise you that the cloak of parliamentary immunity does extend to the proceedings of parliamentary committees, so I think you are off the hook.

• 1550

Mr. Jephcott: Thank you, Mr. Chairman.

We have provided you with a detailed brief, which was to be our text. Rather than give up part of our discussion period, we will limit ourselves to a brief extract, if we may.

In our brief we asked the question, what are our mutual achievable goals? Primary to it is a broadcast act that recognizes the value of our role and that of independent production in this age of intercontinental television and 60-channel cable systems. We believe that section 3 of the act should legally acknowledge the importance of programming and particularly of independent production.

We are heartened by the actions of the British in this area, despite their reputation as producers of quality entertainment. Both the public British Broadcasting Corporation and the highly commercial private station network have been ordered to acquire 25% of their programming from independent producers.

It is not that independent producers are more commercial than the staff of public broadcasters, are more creative than commercial broadcaster staff, or employ fewer technicians or actors than broadcasters. It is the fact that we are the only true entrepreneurs producing programs for profit, not by obligation or by dint of licence. Each independent program must stand alone, capable of reaching its audience at home and competing with the best in the world. Let us not make lists; just think of *Anne of Green Gables* and you will know what we are saying.

Although independent programs may cost the same, they come cheap for the broadcaster; 16% to 23% of the cost is paid by Canadian licence fees—say, Telefilm Canada. You are right; if they like the script and have anything left in the bank, we also get an investment of 30% or so from Telefilm Canada. Some even claim that private investment using the capital cost allowance is also a form of government assistance.

Let us put this into a practical demonstration. The CBC has produced a 13-hour drama series at a reported cost of \$14 million called *Chasing Rainbows*. Had this been contracted out, the independent would have been delighted with \$3.22 million from CBC's licence fee.

[Traduction]

M. Jephcott: C'est à vous d'en décider.

Le président: Monsieur Jephcott, quelle qu'ait été votre intention, permettez-moi de vous dire que l'immunité parlementaire s'étendant aux comités du Parlement, vous êtes protégé, je crois.

M. Jephcott: Merci, monsieur le président.

Nous vous avons fait remettre un mémoire détaillé, que nous avons l'intention de vous lire. Cependant, pour ne pas empiéter sur le temps de discussion, nous nous contenterons de vous en faire un résumé, avec votre permission.

Dans notre mémoire, nous nous sommes posés cette question: quels objectifs réalisables avons-nous en commun? Au départ, il faut une Loi sur la radiodiffusion qui reconnaisse l'importance de notre rôle et de celui de la production indépendante à l'ère de la télévision intercontinentale et des 60 stations câblodiffusées. A notre avis, l'article 3 de la loi devrait reconnaître l'importance de la programmation et en particulier de la production indépendante.

L'exemple des Anglais, malgré leur réputation de producteurs d'émissions récréatives de qualité, est encourageante. La BBC et le réseau privé, qui est extrêmement commercialisé, ont tous deux reçu l'ordre d'acheter 25 p. 100 de leurs émissions à des producteurs indépendants.

Ce n'est pas que les indépendants fassent des productions plus commerciales que les employés des télédiffuseurs publics, ni qu'ils soient plus créateurs que les employés des télédiffuseurs privés, ou encore qu'ils emploient moins de techniciens ou moins d'acteurs. Le fait est que nous sommes les seuls à faire de la production pour de l'argent, et non parce que nous y sommes obligés ou parce que notre licence l'exige. Chaque production indépendante doit pouvoir être vendue aux téléspectateurs ici et être en mesure de soutenir la concurrence des meilleurs au monde. Il n'est pas nécessaire de vous donner une liste; songez simplement à *Anne, la maison aux pignons verts* et vous comprendrez.

Même si les productions indépendantes coûtent autant que les autres, elles sont une bonne affaire pour le télédiffuseur; 16 à 23 p. 100 du coût est couvert par les droits de licence, c'est-à-dire par Téléfilm Canada. Vous avez raison; si le script plaît aux gens de Téléfilm Canada et s'il leur reste quelque chose en banque, nous pouvons obtenir d'eux une contribution d'environ 30 p. 100. Certains prétendent même que les investissements privés encouragés par la déduction pour amortissement sont une forme d'aide gouvernementale.

Prenons un exemple pratique. La Société Radio-Canada a produit une dramatique de 13 heures, *Chasing Rainbows*, pour la somme de 14 millions de dollars. Si cela avait été fait par un indépendant, celui-ci aurait été enchanté de recevoir les 3,220 millions de dollars

[Text]

Telefilm Canada's equity investment would likely have been \$4.2 million. The \$6.58 million balance could have been a tax shelter issue, if the program had, let us say, 60% revenue guarantees. The independent would have sought out international distribution companies for guarantees and foreign broadcasters for presales or co-production.

The CBC would get its program for a saving of \$10.78 million, which is enough to buy three more similar series. Canada would have made an investment through Telefilm Canada and would have accepted a tax deferral on private investment. At least 37% of the gross cost remains on the revenue guarantee. This is taxable income in the hands of the investors and/or is available to repay part or all of the Telefilm Canada investment. By the time the program reaches profit, the government investment is paid out with profits to come. Let us think of *My American Cousin*.

We do not disagree with Caplan-Savageau that there are programs that the public sector should continue to produce in-house. It is just that there is still many cases where independents could have provided four hours for the cost of the one actually produced.

The message is simple. Using independent producers is good business for everyone. The same could be said for using existing independent facilities rather than duplicating them and competing with the private sector at the taxpayers' expense.

We confirm that the consolidation of CBC's Toronto offices is long overdue. The new network headquarters would obviously include control, presentation and major news facilities. We do not believe that the building should include entertainment studios and associated film and video facilities.

The question then becomes: Is it appropriate for Canadian broadcasters, public or private, to be subsidized in this manner? In her recent appearance before this committee, the Minister of Communications said that the broadcast fund has cut the cost to the private programmer. Yet, three years ago the fund was launched to reduce the independent producer's problems in finding finance above and beyond the then current licence fee levels.

Telefilm Canada has prepared a draft five-year plan containing their proposed solutions to the dilemma they believe we are facing. Unfortunately, probably because of the limited industry experience of the staff, most of the proposals do not reflect the needs of, and as a result of being opposed by, the private sector.

[Translation]

représentant les droits de licence de Radio-Canada. La prise de participation de Téléfilm Canada se serait sans doute élevée à 4.2 millions de dollars. Les autres 6,580 millions de dollars seraient venus des abris fiscaux si la production avait eu un revenu garanti de 60 p. 100, disons. Le producteur indépendant aurait cherché ses garanties auprès de sociétés internationales de distribution et se serait adressé à des télédiffuseurs étrangers pour des accords de coproduction ou de ventes anticipées.

La Société Radio-Canada aurait eu son émission en économisant 10,780 millions de dollars, ce qui suffirait à financer trois autres séries dramatiques. Le Canada aurait investi par l'entremise de Téléfilm et aurait accepté un report d'impôt sur les investissements privés. Au moins 37 p. 100 des coûts bruts auraient été financés par les garanties de revenu. C'est un revenu imposable pour les investisseurs, ou cela peut permettre de rembourser en tout ou partie Téléfilm Canada. Quand l'émission commence à produire des bénéfices, le gouvernement a été remboursé, et il peut s'attendre à des bénéfices. Voyez l'exemple de *My American Cousin*.

Nous convenons avec Sauvageau-Caplan que certaines émissions doivent continuer d'être produites par le télédiffuseur public. Mais dans bien des cas, un producteur indépendant aurait pu créer quatre heures d'émission pour le prix d'une seule.

Le message est simple. Faire appel aux producteurs indépendants, c'est avantageux pour tout le monde. Cela vaut aussi pour l'utilisation des installations des indépendants, plutôt que d'en construire d'autres et de faire concurrence au secteur privé avec l'argent du contribuable.

Nous confirmons que les bureaux de la Société Radio-Canada à Toronto auraient depuis longtemps dû être rassemblés sous un même toit. Le nouveau siège social du réseau devra, bien entendu, inclure les installations de contrôle, de présentation et de production des nouvelles. Nous estimons cependant qu'il n'est pas nécessaire d'y prévoir des studios pour émissions récréatives ni des installations cinématographiques et vidéographiques.

La question qui se pose alors est celle-ci: est-il juste que les télédiffuseurs canadiens, publics ou privés, soient subventionnés ainsi? Lorsqu'elle a comparu récemment devant le Comité, la ministre des Communications a déclaré que grâce au fonds de développement d'émissions canadiennes le coût de la programmation privée a baissé. Le fonds avait cependant été créé il y a trois ans pour aider les producteurs indépendants à trouver la part de financement que ne couvraient pas les droits de licence de l'époque.

Téléfilm Canada, dans son ébauche d'un plan quinquennal, propose des solutions à notre dilemme, tel que le perçoit la société. Malheureusement, peut-être parce que ses employés connaissent très mal le secteur privé, la plupart de ses propositions ne correspondent pas aux besoins du secteur privé, qui, par conséquent, s'y oppose.

[Texte]

The CFTA has remained opposed to having Telefilm Canada finance exceed 33% from the broadcast fund or 49% from the feature fund. This year's increase in average TV program funding to 37% from 30% last year has cut into the number of projects that can be supported. As a result, broadcasters can argue that they should be excused from part of their licence obligations. Yet Telefilm has asked for comments on 100% financing. We cannot see an advantage to changing the Memorandum of Understanding, nor to combining the separate broadcast, feature and other funds. We believe that because of the differences in philosophy, market and content, the feature fund and the broadcast program development funds should be separately managed.

[Traduction]

L'Association canadienne de cinéma-télévision continue de s'opposer à ce que Téléfilm Canada soit financé pour plus de 33 p. 100 à même le fonds de développement d'émissions canadiennes ou à plus de 49 p. 100 par le fonds de financement de longs métrages. Le financement moyen des émissions télévisées étant passé cette année de 30 à 37 p. 100, moins de projets pourront être financés. Aussi bien les radiodiffuseurs affirment qu'on devrait les relever d'une partie des obligations afférentes à leurs licences. Mais malgré tout, Téléfilm voudrait savoir ce que l'on pense d'un financement à 100 p. 100. Nous ne voyons pas ce que l'on gagnerait à changer le protocole d'accord ni à combiner les fonds prévus pour la diffusion, les longs métrages, etc., fonds actuellement distincts. Étant donné la différence d'optique, de marché et de contenu, le fonds pour le long métrage et le fonds de développement de la diffusion devraient être gérés séparément.

• 1555

We are opposed to the rumoured Telefilm funding of part of the NFB portion of productions with independents that already have 49% from the fund, and to Telefilm ignoring their own rules to provide financing to productions that do not even have the requisite distribution commitments. Perhaps we should be insisting on a minimum level of broadcaster or distributor participation in order to trigger Telefilm involvement. We were surprised to learn that Telefilm has also ignored the 33% limit on some productions, without the defensible justification of special need, and changed its public guidelines without informing the industry. For those who have managed to develop a production to the point of commitment from broadcaster or distributor, only to find that Telefilm has spent its entire 1987-88 allocation, and potentially 40% of next year's funds, the situation is heartbreaking.

We would like to summarize the recommendations within our document. We believe that programming and the contribution of independent production should be legally acknowledged in section 3 of the new Broadcasting Act. We believe that CBC should be working with the private sector, and not in competition with distributors and facility owners; that the Ministers of Communication and Finance should re-introduce the 100% capital-cost allowance for culturally significant programming; that a full inquiry should be undertaken to determine the reasons for this year's sudden over-commitment of funds, and Telefilm Canada should be reorganized and restaffed to operate under the existing rules. The Minister responsible should determine whether an additional allocation will be needed to ensure stability during fiscal 1988-89; and finally, that the Department of Communications should immediately introduce the Cinema Act and recognize the need to act upon the major recommendations of the non-theatrical task force.

Nous sommes contre le financement par Téléfilm d'une partie des réalisations de l'Office national du film réalisées avec des indépendants, financement dont il est question, car ces réalisations bénéficient d'ores et déjà de 49 p. 100 du fonds. Nous n'admettons pas non plus que Téléfilm ne respecte pas sa propre règle en finançant des réalisations qui ne respectent pas les engagements quant à la distribution. Pour obtenir une participation de Téléfilm, il faudrait peut-être insister sur une participation minimum de la part du radiodiffuseur ou du distributeur. Nous avons par ailleurs été surpris d'apprendre que Téléfilm n'a pas tenu compte du plafond de 33 p. 100 pour certaines réalisations, sans justification aucune, modifiant ainsi ses propres directives sans en avoir avisé l'industrie. La situation est ainsi désespérante pour les réalisateurs qui, ayant obtenu des engagements de la part de radiodiffuseurs et de distributeurs, se font dire que Téléfilm a dépensé la totalité de son budget pour 1987-1988 et 40 p. 100 des fonds prévus pour l'année suivante.

Nous voudrions maintenant, si vous le permettez, résumer nos recommandations. La nouvelle Loi sur la radiodiffusion devrait reconnaître officiellement dans son article 3 la contribution des réalisateurs indépendants. Radio-Canada doit coopérer avec le secteur privé plutôt que de chercher à concurrencer les distributeurs et les propriétaires de salles. Le ministre des Communications et le ministre des Finances devraient réintroduire la déduction pour amortissement à 100 p. 100 pour les émissions importantes au plan culturel. Une enquête approfondie devrait être effectuée pour déterminer pour quelles raisons les engagements de l'année en cours ont été dépassés. Téléfilm Canada doit être réorganisé et son personnel remplacé afin que ces modalités de fonctionnement soient conformes aux règlements. Il appartient au ministre de déterminer si des fonds supplémentaires seront nécessaires pour assurer la stabilité du secteur au cours de l'exercice fiscal 1988-1989. Le ministre des Communications devrait introduire

[Text]

Now I am open to questions.

The Chairman: Thank you, Mr. Jephcott. I will abuse the privilege of the Chair and ask you a question before turning it over to my colleagues, because I have a short attention span, and I remembered this question.

It has to do with Telefilm Canada and some witnesses who just a few minutes ago suggested that Telefilm be reorganized into five autonomous offices across the country, presumably to address regional needs. Do you favour that? Now, there are lots of problems with Telefilm, but this is one I am curious about.

Mr. Derek McGillivray (Canadian Film & Television Association): I think that might just increase the problems fivefold.

The Chairman: Thank you, Mr. Caldwell.

Mr. Caldwell: Thank you very much, Mr. Chairman, gentlemen. I might say you are lucky Lynn McDonald is not here to comment on the fact that one of your former employees now has gone away from you. You should have found a woman to come and sit here. You might have had some problems.

In part of your brief, and I was skimming through it and I did go over it last night, you seem to be somewhat concerned regarding simultaneous substitution and Bill C-58. Well, if you have read the essence of the agreement, you will know that those two things have not changed, that they are still the same as they are now.

You were commenting on the transmission rights. You did not give an opinion: you said transmission rights will come in. I think of all groups that should be supporting retransmission rights and copyright and those kinds of things, it should be your group—or are you supporting it?

Mr. Stephen Ellis (President, Ellis Enterprises, Canadian Film and Television Association): I think the reason we are raising a concern, and I think there are a number of parallels in other aspects of the Canadian broadcasting system, is that the broadcasting system as we know it, and which has been reviewed extensively in the last couple of years, has been effectively built on a false economy.

• 1600

Cable retransmission has been going on in Canada for 10 to 15 years. It has effectively meant cable operators have benefited from not having to pay as much as they might have for the right to distribute foreign programming in Canada or to retransmit Canadian signals that are themselves carrying foreign programs. As a result, the industry is concerned that the timing at this moment of introducing cable retransmission payments, if that, for instance, were the result of the revised Copyright Act, could cause quite a ripple effect in the industry,

[Translation]

immédiatement une Loi sur le cinéma et donner suite aux principales recommandations du groupe de travail sur la radio, la télévision et le cinéma.

Je me ferai maintenant un plaisir de répondre à vos questions.

Le président: Merci, monsieur Jephcott. Avant de donner la parole à mes collègues, je me permettrai de poser, moi aussi, une question avant que je ne l'oublie.

Des témoins ont proposé il y a quelques minutes de réorganiser Téléfilm Canada en cinq sections distinctes et autonomes à travers le pays pour répondre aux besoins régionaux. J'aimerais savoir ce que vous pensez de cette suggestion.

M. Derek McGillivray (Association canadienne du film et de la télévision): Cela risque de quintupler les difficultés.

Le président: Merci, Monsieur Caldwell.

M. Caldwell: Merci. Vous avez de la chance que Lynn McDonald soit absente, car elle vous aurait certainement dit ce qu'elle pense du fait que vous n'avez pas remplacé par une femme une de vos anciennes employées qui vous a quittée.

D'après ce que j'ai pu lire dans votre mémoire, les substitutions simultanées et les dispositions du projet de loi C-58 vous paraissent dangereuses. Or, d'après les termes de l'accord, rien n'a été changé de ce point de vue.

Vous avez dit par ailleurs que les droits de retransmission sont sans doute inévitables. Un groupe comme le vôtre se doit à mon avis de soutenir les droits de retransmission ainsi que les droits d'auteur. Quelle est votre position à cet égard?

M. Stephen Ellis (président, Ellis Enterprises, Association canadienne du film et de la télévision): Si nous soulevons la question, c'est parce que le système canadien de radiodiffusion qui a fait l'objet de nombreuses études au cours des deux dernières années est fondé sur de faux calculs.

La retransmission par câble se fait depuis 10 ou 15 ans au Canada; effectivement elle permet aux propriétaires de sociétés de câblovision de payer moins cher pour la diffusion de films étrangers au Canada ou de retransmettre des émissions canadiennes présentant des réalisations étrangères. Or si la nouvelle Loi sur les droits d'auteur devait introduire des droits de retransmission, cela risque d'avoir des répercussions graves pour l'ensemble du secteur, surtout si ces droits de retransmission sont élevés. Les sociétés de câblovision

[Texte]

depending on how large those retransmission payments were. The cable industry traditionally would take the approach that they want to pass it through to the consumer, to increase the cost of basic cable, and that ripples right up the system to the specialty services, a number of which are still under application. Of course the cable companies would, one assumes, want to put pressure that the tax they collect, which is offsetting revenue to help support Telefilm's funds, should be axed to compensate for the higher cost they would have to pass through.

• 1605

Mr. Caldwell: What you are saying is the pot gets smaller, the money.

You said independent producers can do three hours for every one the CBC can do. Have you the figures, Mr. Jephcott, to back that up?

Mr. Jephcott: It is a question of the licence fee paid by the Canadian broadcaster compared with the cost of doing it in-house. It is not that the actual cost of production is any different. It is the fact that we earn, depending on the type of production, as little as 8% to as much as perhaps 30% in some situations of the cost of production as our Canadian licence fees. So we have taken that and said if 25% is a reasonable average, that means CBC could acquire four hours of programming from independents for the cost of doing one program inside.

Mr. Caldwell: Also in your brief, you talk about CBC Enterprises. You did not get that far in your brief, but you make a couple of statements in there. First of all, you are very pleased that as the CBC goes to 95% Canadian content within three years, it will be obtaining 50% from independent producers. But then you go on to speak about CBC Enterprises running a deficit of \$8 million in 1986-87, and you say as a result program departments were being asked to give up part of their budget to cover the loss. Do you know that for a fact?

Mr. Jephcott: No, my lawyer would tell me I do not know that for a fact. We have been informed that a request went back to certain program departments, asking them to give up a portion of their budget to cover the loss incurred by CBC Enterprises.

Mr. Caldwell: I would like your comment also on the statement that CBC Enterprises outbid private Canadian distributors to acquire from an American company the home video rights for Canada to a large library of arts programs that are not for broadcast by the network. What did they buy them for then, just to distribute?

Mr. Jephcott: They bought them to distribute in the home video market.

Mr. Caldwell: And why are you concerned about that? I could read the rest of your brief, but you might as well say it, rather than have me read it back to you.

[Traduction]

auront tendance à répercuter ces droits sur les prix d'abonnement, ce qui obligerait certaines stations spécialisées dont la demande de permis est encore à l'étude, d'emboîter le pas. Les sociétés de câblotvision insisteront par ailleurs pour qu'elles soient dispensées de percevoir la taxe destinée au fonds de Téléfilm afin de compenser la hausse de leur abonnement.

M. Caldwell: C'est donc l'ensemble des crédits qui diminue.

Est-ce que vos avez des chiffres à l'appui de votre affirmation selon laquelle les réalisateurs indépendants peuvent faire trois heures d'émission pour chaque heure de Radio-Canada?

M. Jephcott: Cela tient au rapport entre le montant de la redevance versé par les réalisateurs canadiens et le coût des réalisations par Radio-Canada. Il ne s'agit donc pas d'un écart entre les frais de réalisation. Ainsi nos bénéfices varient de 8 à 30 p. 100 selon les réalisations. Si l'on prend 25 p. 100 comme une moyenne raisonnable, cela signifie que Radio-Canada pourrait acheter quatre heures d'émission réalisée par des réalisateurs indépendants pour l'équivalent de ce que lui coûte une émission d'une heure réalisée par ses propres studios.

M. Caldwell: Parlant des entreprises Radio-Canada, vous avez souligné en vous en félicitant que lorsque d'ici trois ans le contenu canadien de réalisation de Radio-Canada aura atteint 95 p. 100, 50 p. 100 de ses émissions proviendront de réalisateurs indépendants. Un peu plus loin vous affirmez que les entreprises Radio-Canada ont enregistré un déficit de 8 millions de dollars en 1986-1987 et que les départements de la programmation ont été invités à abandonner une partie de leur budget pour couvrir cette perte. En êtes-vous certain?

M. Jephcott: Non pas vraiment. On nous a dit que certains services de réalisation ont été invités à abandonner une partie de leur budget pour couvrir les pertes des entreprises Radio-Canada.

M. Caldwell: Vous affirmez que les entreprises Radio-Canada ont acheté au prix fort à une société américaine une importante série d'émissions consacrées aux beaux-arts, qui ne sont pas diffusées par Radio-Canada, ces films étant destinés au magnétoscope. Pour quelle raison Radio-Canada aurait-il acheté ces films?

M. Jephcott: Pour les vendre aux propriétaires de magnétoscope.

M. Caldwell: Et qu'est-ce que cela peut vous faire?

[Text]

Mr. Jephcott: We are concerned for two reasons. The first is that they outbid the private sector to acquire this catalogue of programs, and when they are obviously not running at a profit, one can read into that an implication that perhaps they do not know what the true value is of a catalogue they would acquire.

• 1610

The second aspect is the question of whether it is appropriate for the CBC to be in this business at all. We quite understand that the CBC should be in the business of further use of their programming, and although we have an opinion as to whether that might be better done by or in conjunction with the private sector, here we have a straightforward case of them getting into a business for which they are not really equipped and perhaps not even authorized to undertake.

Mr. Caldwell: So your suggestion would be to pack her in and get out of it.

Mr. Jephcott: Yes.

Mr. Pat Ferns (Canadian Film and Television Association): I might make a comment there. It is interesting to note that the British Broadcasting Corporation about 10 days ago announced their five-year plan. Part of that five-year plan was a partial privatization of BBC Enterprises.

I think the options the CBC should be considering at the moment is either a privatization, or if that does not make sense this is an element of their business that could easily be put out to tender where there are private distributors who could do the job efficiently. In the past, CBC Enterprises has used networks of sub-agents that have in fact done reasonable business and I think better business than them trying to do it centrally themselves.

Mr. Caldwell: Can you produce an internationally saleable product and still wrap the Canadian flag around it?

Mr. Ferns: Absolutely.

Mr. Jephcott: Yes. The answer is we can name programs and so can you.

Mr. Caldwell: For heaven's sake, do not mention *Anne of Green Gables* again.

Mr. Jephcott: All right. How about *Decline*? How about any of the productions Pat has done in the last year or two? There are innumerable productions.

Mr. Caldwell: But if you have to wrap the flag around it, you say yes, you can do it, it is possible. But if you do not, is it more saleable?

Mr. Jephcott: There is a great deal of talent here and I would love Michael MacMillan to address this. I think the answer is that the Australian experience was that they were more successful when they were doing indigenous Australian production than when they were attempting to do American clone programming.

[Translation]

M. Jephcott: Tout d'abord Radio-Canada a acheté cette série de films à un prix supérieur à celui offert par le secteur privé. Comme Radio-Canada n'est pas une société commerciale censée réaliser des bénéfices, on peut en conclure qu'ils ignorent la valeur réelle de cette série de films.

D'autre part la question se pose de savoir s'il est bon en principe que Radio-Canada se lance dans ce genre d'affaires. Il est normal, bien entendu, que Radio-Canada cherche à maximiser l'utilisation de ses émissions, ce qui pourrait se faire d'ailleurs en coopération avec le secteur privé; mais en l'occurrence il s'agit d'une affaire pour laquelle ils sont mal placés et qui ne relèvent peut-être même pas de leur mandat.

M. Caldwell: Vous trouvez donc qu'ils devraient abandonner cette affaire?

M. Jephcott: En effet.

M. Pat Ferns (Association canadienne des films et de la télévision): Je voudrais ajouter un mot. La BBC a fait connaître son plan quinquennal il y a une dizaine de jours, plan qui comporte la privatisation partielle des entreprises de la BBC.

A mon avis Radio-Canada devrait envisager soit la privatisation soit, pour ce genre d'affaires, lancer des appels d'offre pour que des distributeurs privés puissent s'en charger. C'est d'ailleurs ce qui se faisait par le passé lorsque les entreprises Radio-Canada traitaient avec différentes sociétés.

M. Caldwell: Est-ce que vous êtes à même de réaliser une émission susceptible d'intéresser les clients étrangers et qui présenterait un point de vue nettement canadien?

M. Ferns: Sans aucun doute.

M. Jephcott: Nous en avons déjà réalisé, vous le savez fort bien.

M. Caldwell: Vous n'allez quand même pas revenir encore une fois avec *Anne of Green Gables*.

M. Jephcott: Bon, mais je pourrais citer «Le déclin» et les films réalisés depuis un an ou deux par Pat. Il y en a toute une série.

M. Caldwell: Le fait de ne pas insister sur l'aspect canadien d'un film le rend-il plus facile à écouler?

M. Jephcott: Michael MacMillan pourra vous en dire davantage à ce sujet. L'expérience australienne prouve qu'ils avaient plus de succès avec leurs films à sujet australien qu'en essayant de copier les films américains.

[Texte]

Mr. Michael MacMillan (Canadian Film and Television Association): But in many cases it is more marketable to add elements that are not particularly Canadian, perhaps because those elements have very high publicity and marquee value to them. But that does not take away for a minute from the fact that many highly Canadian programs are also very marketable.

Mr. Caldwell: How is the money coming in since the...? I noticed you did mention the stock market. Are the investors lining up at your door these days to try to get you to make another film for them?

Mrs. Finestone: Without the capital cost allowance or which?

The Chairman: You will have your turn.

Mr. MacMillan: There is still a market for private investment, but it is a little shaky and uncertain, given the white paper on tax reform of this summer. There is a temporary increase and interest, perhaps because people are expecting the marginal rates to decrease this year compared to next, marginal tax rates, but that is only a temporary little blip.

Mr. Caldwell: What do you think should be done with the National Film Board?

Mr. Richard Nielsen (Canadian Film and Television Association): I think it costs far more than it should. I hesitate to say abolish it, which is what I really think should be done, because I think a lot of them are devoted to good film. But essentially, I think it has outlived its usefulness.

Mrs. Finestone: You lead me to ask you a question with respect to the fact that you have noted the non-theatrical film industry is fast disappearing. To what extent can broadcasting policy essentially address this problem? What would you like to see us recommend that might address the issue? Or do you just want us to close the door?

Mr. Jephcott: I think, Mrs. Finestone, the point we are trying to make is that all of the different types of production in this country are very deeply interrelated. The non-theatrical business was traditionally a training ground and a way for the new, younger producer to capitalize his or her company and move up to the more high-profile types of production. Now, whether that was corporate communications work or entertainment production, or even TV commercials, does not matter. Each element is important. If we do not have an overall system that allows for the next generation to be trained and to establish themselves, then we are talking about an industry that is going to disappear in 10 or 15 years.

• 1615

Mrs. Finestone: To complete the thought, Mr. Jephcott, are you saying that the role the National Film Board plays in training and education and new technology, research and development, has played its role, that it has been useful, that you are all graduates or post-graduates and we

[Traduction]

M. Michael MacMillan (Association canadienne du film et de la télévision): Il est souvent plus facile de commercialiser un film en y ajoutant des éléments qui ne sont pas strictement canadiens. Il n'empêche que de nombreux films typiquement canadiens sont parfaitement rentables.

M. Caldwell: Est-ce que les investisseurs continuent à vous offrir des fonds pour la réalisation de nouveaux films depuis l'effondrement de la bourse?

Mme Finestone: Sans la déduction pour amortissement?

Le président: Je vous demanderai d'attendre votre tour.

M. MacMillan: Il y a toujours des investisseurs privés qui s'intéressent au cinéma, mais le Livre blanc sur la réforme fiscale a certainement semé le doute. Plus de gens s'intéressent en ce moment peut-être parce qu'on s'attend à ce que les taux d'imposition marginaux baissent par rapport à ce qu'ils seront l'an prochain. Mais il s'agit d'un phénomène purement passager.

M. Caldwell: Que faudrait-il faire à votre avis avec l'Office national du film?

M. Richard Nielsen (Association canadienne du film et de la télévision): L'Office du film revient beaucoup trop cher. En fait j'estime qu'il faudrait le supprimer bien que d'excellents films y aient été réalisés. A mon avis l'ONF n'a plus de raison d'être actuellement.

Mme Finestone: Dans quelle mesure à votre avis la politique en matière de radiodiffusion peut-elle enrayer «Le déclin» de l'industrie du film?

M. Jephcott: Nous tenions simplement à souligner que les différents types de réalisation, qu'il s'agisse de films, de reportages, etc. sont tous intimement liés. Les films autres que les longs métrages ont toujours permis aux jeunes réalisateurs de faire leurs preuves avant de se lancer dans des réalisations de plus grande envergure. Il pouvait s'agir d'un court métrage sur les communications au sein d'une société ou de la publicité commerciale. La génération montante doit avoir le moyen d'acquérir de l'expérience et de s'établir, sans quoi l'industrie toute entière sombrera d'ici 10 à 15 ans.

Mme Finestone: Vous voulez dire que le travail effectué par le passé par l'Office national du film en ce qui concerne la recherche et le développement, et la mise au point de technologies nouvelles, bien qu'utile en son temps, est maintenant dépassé et que vous êtes tous

[Text]

no longer need that, that you can do that in-house in the independent or in the public or private sector?

Mr. Jephcott: What we are saying about the non-theatrical business is that the independent producers, who traditionally trained in that area, now are finding that it is impossible to make a return even on a \$25,000 or \$50,000 production.

Mrs. Finestone: That is a separate matter. We had educational and culturally enriching programs being developed by TVOntario, Radio-Québec, Knowledge Network—which we hope will grow; we hope we will see that in every other province. That is a lot of non-theatrical in a sense.

I have some growing concerns, if you look at the level of illiteracy in this country. Have you looked at the potential for education and training, particularly if you add open captioning, etc., to the work, for improving a very dramatic situation? Even to pay your taxes you have to learn how to read. You may be literate in another language but not English or French. It is very serious in this country.

That can be part and parcel of the non-theatrical and non-entertainment as well as the entertainment and news world. So I want to know where you see this as having no role, or the role being met and being able to be fulfilled elsewhere.

Mr. Jephcott: It may well be that the effect on our children in the school system or on the contents of the public libraries, the use of film and video in the community situation, is not going to be dramatically affected if we eliminate the independent, non-theatrical industry. But our concern is that this has traditionally been an area where the new producers have learned their craft.

Mrs. Finestone: I will not continue to argue that point. You will forgive me if I say to you that it sounds a bit self-serving. I do not think that is the way you meant it to sound.

Let us look at commercials for a moment. I have an interest in finding out whether or not you think, as public broadcast policy, we might consider that all commercials produced in this country be written, produced, directed, and acted—videos, song and dance, whatever—with Canadian artists and Canadian talent. Does it offer opportunities in the independent production field; will it improve the economic income of this sector of our economy, which is so important; and, further, will it bring a Canadian perspective to the advertising medium? We are very busy promoting rock stars of an international calibre, and I can only tell you that last night at the Juno Awards we certainly saw that we have plenty of marvellous Canadian talent. Why are we not using them in our advertising?

Mr. John Ross (Film Finances, Canadian Film and Television Association): It seems to me that there is no real complaint coming out of that sector of the industry. It is extremely active; it is growing constantly.

[Translation]

parfaitement à même de vous débrouiller soit dans le secteur privé soit dans le secteur public.

M. Jephcott: Les réalisateurs indépendants qui faisaient leurs armes avec ces différents courts métrages n'arrivent plus à réaliser des bénéfices sur des films valant 25,000\$ ou 50,000\$.

Mme Finestone: Cela une toute autre question. TVOntario, Radio-Québec, Knowledge Network ont tous réalisé d'excellentes émissions éducatives et culturelles, et il faut espérer qu'un jour on fera la même chose dans les autres provinces. Cela aussi fait partie des réalisations que les longs métrages.

L'analphabétisme est un problème très grave pour le pays. Or je me demande si la télévision ne pourrait pas être utilisée justement pour éduquer et former les gens. Il faut savoir lire, ne serait-ce que pour payer ses impôts. Il y a par ailleurs pas mal de gens qui tout en sachant lire et écrire dans une autre langue, ne peuvent le faire ni en anglais ni en français. C'est un problème très grave.

Je trouve qu'on devrait pouvoir utiliser à cette fin tous les types d'émissions, aussi bien les émissions consacrées aux nouvelles que les émissions consacrées au divertissement ou à l'éducation. Je voudrais donc savoir ce que vous en pensez.

M. Jephcott: Il est possible que la disparition des réalisateurs indépendants ne laisse pas de traces profondes dans nos écoles, ni dans nos bibliothèques publiques pas plus que dans les films pour magnétoscopes. Mais ce qui compte, c'est que les jeunes réalisateurs ont toujours fait leurs premières armes dans ce secteur.

Mme Finestone: Je ne vais pas insister, mais il me semble que vous avez un peu trop tendance à plaider pro domo, même si telle n'était pas votre intention.

Est-ce qu'à votre avis la totalité des films publicitaires réalisés au Canada doivent faire appel à des scénaristes, des producteurs et des acteurs canadiens? Est-ce que c'est un champ d'action possible pour les réalisateurs indépendants, et serait-ce un champ d'action rentable tout en assurant un point de vue canadien à la publicité? Ainsi on a pu voir hier lors de la remise des prix Juno, que nous avons des artistes de tout premier plan au Canada. Pourquoi ne faisons-nous pas appel à eux pour la publicité?

M. John Ross (Finances cinématographiques, Association canadienne des films et de la télévision): Les publicitaires ne se plaignent pas, pour autant que je sache, le secteur se porte très bien et est en pleine croissance.

[Texte]

Mrs. Finestone: Which sector are we talking about?

• 1620

Mr. Ross: TV commercials. The TV commercial business I know something about was really the basis of this whole industry, going back to the 1950s. This was the reason for the laboratories and the optical houses and all the things that happened since. Whereas in the U.S. feature films were the foundation of the industry, here it has been television commercials. It is a rather weird thing, but this is the way it was. Out of it came television programming and finally feature films.

The TV commercial industry has probably grown in a fashion greater than any other aspect of the business to a point where many of these firms locally have branches in Chicago, San Francisco, Los Angeles, etc. It has become rather a floating kind of business in a sense that advertisers or their agencies, be they based in London, England, New York, Toronto, Montreal, etc., tend to recognize the talent you are talking about on a global basis.

Mrs. Finestone: Do we see Luda advertising Luda soup?

Mr. Ross: I think this is a matter of dollars and cents. In the United States, the answer could be yes, if you can afford a million dollars. Michael Jackson and Pepsi-Cola—

Mrs. Finestone: Exactly! This is what made me think of it last night.

Mr. Ross: Pepsi-Cola Canada Ltd. obviously would not be able to afford Michael Jackson. They would love him, but they could not afford him.

Mrs. Finestone: Yes, but the Burton Cummings of this world are not bad, are they?

Mr. Ross: No, no, and they have done it, of course. They have done Anne Murray with the Canadian Imperial Bank of Commerce and they have done people in this country who have risen to an international level.

Mrs. Finestone: My point is that in terms of broadcast policy, is it something we need to articulate?

Mr. Ross: Years ago the answer was yes.

Mrs. Finestone: The answer today, Mr. Ross.

Mr. Ross: The answer today, in my view, is no.

Mrs. Finestone: Could you deal with Telefilm Canada, please? Is it your view that it is poor administration? Is it because there is too much demand based on the capital cost allowance? Are there people sitting at this table who have had promissory notes instead of funds in the bank? What does this mean, from Telefilm Canada?

Mr. Ross: I just want to make one very brief comment, going back to Sam Jephcott's early opening remarks, just

[Traduction]

Mme Finestone: De quel secteur parlez-vous au juste?

M. Ross: Je parle de la publicité à la télévision. C'est d'ailleurs cette publicité à la télévision qui nous a permis de jeter les bases de notre industrie dans les années 50. C'est ce qui a notamment donné lieu aux laboratoires et aux différentes autres entreprises associées à ce travail. Aux États-Unis c'est le long métrage qui a jeté la base de l'industrie cinématographique alors qu'au Canada ce rôle revient à la publicité pour télévision. Cela peut vous paraître bizarre mais c'est un fait. On a donc commencé par la publicité pour réaliser ensuite des films pour la télévision et enfin des longs métrages.

D'ailleurs les sociétés qui font des films de publicité pour la télévision ont pris une telle ampleur que certaines d'entre elles ont maintenant des succursales à Chicago, à San Francisco et à Los Angeles, etc. Le monde de la publicité est d'ailleurs devenu international si bien que les publicitaires de Londres, de New York, de Toronto ou de Montréal s'adressent aux entreprises les mieux placées pour leurs commandes et notamment aux entreprises canadiennes.

Mme Finestone: Est-ce que la firme Luda fait de la publicité pour les soupes Luda?

M. Ross: Tout est question d'argent. C'est ce qui se passerait sans doute aux États-Unis à condition bien entendu d'avoir un million de dollars. Michael Jackson et Pepsi-Cola. . .

Mme Finestone: C'est justement ce qui m'y a fait penser hier au soir.

M. Ross: Il va sans dire que Pepsi-Cola Canada ne peut pas se permettre d'engager Michael Jackson pour sa publicité même s'ils aimeraient le faire.

Mme Finestone: Mais Burton Cummings n'est pas si mauvais que cela.

M. Ross: En effet. La Banque de Commerce Canadienne Impériale a d'ailleurs fait appel à Anne Murray pour un de ses films publicitaires. Certains de nos artistes sont maintenant bien connus à l'étranger.

Mme Finestone: Est-ce que cela devrait être explicité dans la Loi sur la radiodiffusion?

M. Ross: Il y a quelques années, je vous aurais dit que oui.

Mme Finestone: Ce qui m'intéresse c'est maintenant.

M. Ross: Maintenant ce n'est plus nécessaire.

Mme Finestone: Est-ce que, à votre avis, Téléfilm Canada souffre d'une mauvaise administration ou bien fait-on trop appel à la déduction pour amortissement? Est-ce que plutôt que d'avoir un compte en banque, vous faites trop souvent appel au crédit?

M. Ross: M. Edwards avait posé tantôt une question au sujet de l'absence de Peter O'Brian et vous avez sans

[Text]

to clarify a question that you had certainly on your face, and Mr. Edwards too. He was referring to Peter O'Brian's absence. In a little mild joke, he meant to say "Siroisis" of the liver.

Mrs. Finestone: This makes your point.

Mr. Ross: I will just say one thing about Telefilm Canada and pass it on to one of my colleagues. I am surprised. Mr. Pearson, as you know, is gone. This is more of a question than a comment. I assume that Mr. Sirois's resignation is on someone's desk as well. I have not heard that it is.

Mrs. Finestone: Not to my knowledge. I think he is somewhere at an international film festival on *La francophonie*.

Mr. Ross: I just wanted to make the point, because I think it takes more than one to create a disaster like the one we are seeing at the moment.

Mrs. Finestone: You do perceive it, Mr. Ross, as a disaster, then?

Mr. Ross: Unquestionably.

Mrs. Finestone: Do you see that we will have the same kind of funds available next year so that the broadcasters of this land can meet the Canadian commitments that have been forced or have been recommended to them by the CRTC?

Mr. Ross: I would not put words in Mr. Chercover's mouth, as you are going to hear from him later, I understand. At the moment it is very unclear. We do understand that the broadcasters—the CBC specifically—have great concerns about the claims that Telefilm Canada is making about current commitments. They know what they have in commitments. At the moment we are hearing that those commitments do not jibe with what Telefilm seems to be feeling are commitments that the CBC has. It is a serious problem. Mr. Chercover will probably be able to clarify it, at least from CTV's standpoint, whether he agrees or disagrees with it.

• 1625

Mrs. Finestone: You are all in a position of having dealt with Telefilm Canada. Is it your understanding that once you have met with Telefilm Canada and they have encouraged you to enter into arrangements with your co-production and perhaps to sign documents or not, they have told you to go and get a broadcast licence from either Global, CTV, or CBC to locate some of your independent financing and then they will sign the contract? I mean, where are you caught when you finally arrive at Telefilm Canada? You have made all these other commitments, and bang, the door is closed. What happens?

Mr. Ferns: I think Telefilm tends to take a position whereby they want to make their views known creatively about a project at the beginning of the process, but then the expectation is that you go out and put the rest of the funds in place. Those who are playing by the normal rules

[Translation]

doute vous-même l'intention de poser une question à ce sujet. Sam Jephcott pour plaisanter avait parlé de «Siroisis» du foi.

Mme Finestone: D'accord.

M. Ross: En ce qui concerne Téléfilm Canada, vous savez que M. Pearson est parti. Il paraît par ailleurs que M. Sirois a présenté sa démission.

Mme Finestone: Pas que je sache. Je crois qu'il assiste au Festival du film international de la francophonie.

M. Ross: Une catastrophe d'une telle envergure ne saurait être attribuée à une seule personne.

Mme Finestone: C'est donc bien une catastrophe à votre avis?

M. Ross: Sans aucun doute.

Mme Finestone: Pensez-vous que nous aurons des crédits suffisants l'an prochain pour permettre aux radiodiffuseurs canadiens de respecter leurs obligations en matière de contenu canadien?

M. Ross: M. Chercover doit justement vous parler de ce sujet un peu plus tard. Ce qui est certain c'est que Radio-Canada entre autres est très préoccupée par les exigences de Téléfilm Canada. Or ce qui est certain c'est que les engagements de Téléfilm ne semblent pas concorder avec ceux de Radio-Canada. Le problème est donc grave. M. Chercover vous expliquera d'ailleurs la question plus en détail du point de vue de CTV.

Mme Finestone: Vous êtes tous en mesure d'avoir traité avec Téléfilm. Vous semblez croire qu'après les avoir rencontrés, une fois qu'ils vous auront encouragés à signer des accords de coproduction, voire même après avoir signé certains documents, ils vous diront d'obtenir une licence de radiodiffusion de Global, de CTV ou de Radio-Canada pour obtenir une partie des fonds dont vous avez besoin et ils signeront ensuite votre contrat. Où en êtes-vous, au moment où vous vous adressez à eux? Vous avez pris toutes sortes d'engagements, et d'un seul coup, on vous ferme la porte au nez. Qu'arrive-t-il alors?

M. Ferns: Je pense que l'attitude de Téléfilm est de se prononcer sur un projet sur le plan créatif au tout début, et la société s'attend ensuite à ce que vous trouviez ailleurs les fonds nécessaires. Ceux qui respectent la règle du jeu reprennent ensuite contact avec Téléfilm pour

[Texte]

of the game will come back and say they now have their financing in place, and the expectation is that Telefilm's money will also be in place.

I think what has happened, as far as we can deduce, is that a number of producers have gone out in good faith, playing by the rules of the game. A number of others have rushed in and said that because of capital cost allowance or whatever, they cannot complete their funding, and asking if Telefilm cannot jump from 30% to 49%. The bank, as it were, has run out of funds and those who have been going out, playing by the rules of the game, have come back in saying their other commitments are in place, but the door is closed.

I think we are operating in a situation where we frequently did not have a firm signed commitment from Telefilm, but we had strong expressions of interest on which we made commitments elsewhere. Now we are having to come back and either unwind those commitments or seek other forms of funding, which we will probably not be able to get in place in good time.

Mrs. Finestone: Has that caused any serious financial hardship to those who believed in good faith that they had been encouraged and had signed agreements elsewhere? Does this put them into financial jeopardy?

Mr. Ferns: It is our understanding from some of our members that they are indeed in that situation. I think all of us are in a position of not being sure what the numbers are or what the rules of the game are. I mean, we have been told there are to be no more applications until April. Does that mean we cannot present an application until then or does it just mean no more money until April? If the figures we have been shown are right, is this a six-month problem or is it an 18-month problem?

I think there is a lot of mystery now surrounding the whole Telefilm situation. Until we get a clear position, we are all speculating madly as to how we can get out of this disastrous situation.

The Chairman: Thank you, Mrs. Finestone.

Mrs. Finestone: I just want to say, Mr. Chairman, that I have asked the Minister those questions. You can read it in *Hansard*, but the answers will not help you.

I wondered, Mr. Jephcott, if there was a way in which you could give us any information in writing. Are there questions specific to Telefilm you wish to ask us? The Chair has indicated that we will be meeting with them after November 16.

I think in order to be of use to your independent producers, I know that I for one, and I am sure the committee as a whole, would be very happy to ask the necessary questions to clear the situation. It is a very

[Traduction]

confirmer qu'ils ont recueilli l'argent nécessaire et ils s'attendent à ce que Téléfilm ait mis sa contribution de côté.

Ce qui s'est produit, d'après ce que je peux voir, c'est qu'un certain nombre de réalisateurs ont effectivement joué le jeu de bonne foi. D'autres ne se sont pas donné la peine, ont parlé de déductions pour amortissement ou d'autres choses, ont allégué qu'ils ne pouvaient trouver les fonds nécessaires et ont demandé à Téléfilm de contribuer, non 30 p. 100, mais 49 p. 100. La banque s'étant trouvée à court de fonds dans l'intervalle, ceux qui avaient effectivement suivi la règle du jeu, et qui sont revenus pour confirmer qu'ils avaient fait le nécessaire, ont trouvé porte close.

Il se trouve que Téléfilm n'avait pas pris d'engagement ferme, confirmé par une signature, mais avait manifesté beaucoup d'intérêt, et c'est la raison pour laquelle nous avons pris des engagements ailleurs. Or, nous nous trouvons aujourd'hui obligés d'abandonner ces arrangements ou de trouver d'autres sources de financement, et nous n'y parviendrons probablement pas à temps.

Mme Finestone: Ceux qui ont agi de bonne foi, qui ont été encouragés à signer des documents avec d'autres parties se trouvent-ils aux prises avec des difficultés économiques? Y en a-t-il qui se trouvent dans une situation épineuse?

M. Ferns: Apparemment, c'est effectivement le cas pour certains de nos membres. Je pense que nous ignorons tous quels sont les chiffres en jeu et quelles sont les règles du jeu. On nous a dit de ne pas présenter de nouvelles demandes d'ici avril. Cela veut-il dire que l'on ne peut pas présenter de demande avant cette date, ou les crédits ne seront-ils pas débloqués avant avril? Si nos chiffres sont les bons, le problème sera-t-il réglé dans six mois ou dans 18 mois?

Je pense que Téléfilm baigne actuellement dans le plus complet mystère. En attendant de trouver la clé de l'énigme, la folle du logis fait des siennes pour essayer de nous dépêtrer de cette situation catastrophique.

Le président: Merci, madame Finestone.

Mme Finestone: Je voulais simplement dire que j'ai adressé ces questions au ministre, monsieur le président. Vous pouvez les retrouver dans le *hansard*, mais les réponses ne vous seront d'aucune utilité.

Monsieur Jephcott, j'aimerais savoir s'il est possible de nous donner des informations par écrit. Y a-t-il des questions que vous aimeriez que l'on pose à Téléfilm? Le président vous a dit que nous les rencontrions après le 16 novembre.

Personnellement, j'aimerais bien venir en aide à vos producteurs indépendants, et je suis sûre que mes collègues sont de mon avis, et nous serions très heureux de poser les questions nécessaires pour dissiper ce

[Text]

important industry to us and you are a very vital sector in that industry.

The Chairman: You might regard this as a kind of a preliminary hearing. I am going to take the liberty of following Mrs. Finestone's line of questioning before moving on, because there are a couple of things that I would like to clarify before inviting my colleagues to continue.

Mr. Jephcott, do you accept the fact that Telefilm should occasionally turn down an application? It seems to me that sometimes there is a tendency to see Telefilm support as almost an automatic knee-jerk reaction.

Mr. Jephcott: Yes, there are of course going to be situations where Telefilm can turn down the project. The question is, at what point would Telefilm turn down a project and is it appropriate for Telefilm to take a studio role in deciding which projects they support?

• 1630

There are stories to the extent of Telefilm Canada deciding that it did not like a particular script, despite the fact the script had already received the apparent enthusiastic support of both a public broadcaster and a major commercial broadcaster in two countries. In those situations we begin to question whether it is appropriate for Telefilm Canada to turn down support of a project on the basis that they do not like that particular script. They can turn down a project on the basis that they do not like the financing or they do not think that it is an appropriate investment or it does not have cultural or industrial quotient to make it seemingly of value to them. But it is the arbitrary choosing of projects that concerns a great many members. There are a great many other people here who are much more familiar with—

The Chairman: I would love to hear from them all, but we are almost a half hour behind schedule now and it may be that we would want to forward some of these questions. Some of my colleagues have not been heard yet.

There is a heavy volume of American production now being done in Canada. Is there the availability of good crews and talent to Canadian producers? What happens to the cost of producing Canadian programs for television?

Mr. MacMillan: By and large it is great for the crews, the acting talent, the writers and directors. They are very pleased about it. But it has the side effect of increasing all costs, including labour costs.

The Chairman: In your brief you say that you are surprised to learn that Telefilm Canada has ignored the 33% limit on some productions without the defensible justification of special need. Can you document that statement or identify productions in which you believe this may have happened so that we can check into it?

[Translation]

malentendu. Vous faites partie d'une industrie très importante pour nous et vous représentez un secteur vital de cette industrie.

Le président: Vous pouvez considérer qu'il s'agit en quelque sorte d'une audience préliminaire. Je me permets de poursuivre dans la même veine que M^{me} Finestone, car avant de donner la parole à mes collègues, il y a quelques précisions que j'aimerais avoir.

Monsieur Jephcott, trouvez-vous normal que Téléfilm rejette de temps à autre une demande? Il me semble qu'il y en a qui s'imaginent que l'aide de Téléfilm est tellement automatique.

M. Jephcott: Certainement, dans certains cas, Téléfilm peut refuser un projet. La question est de savoir à quel moment Téléfilm devrait refuser un projet et si Téléfilm a le droit de faire ce qu'un studio doit faire, c'est-à-dire décider quels sont les projets à appuyer.

On entend dire que dans certains cas, Téléfilm Canada décide qu'un texte particulier ne lui plaît pas, alors que ce même texte a apparemment été déjà accueilli avec enthousiasme par un radiotélédiffuseur public et un radiotélédiffuseur commercial dans deux pays. Dans ce cas-là, on peut se demander si Téléfilm Canada a le droit de rejeter un projet parce que le texte en question ne lui plaît pas. Ils peuvent rejeter un projet parce que les modalités de financement ne les satisfont pas ou qu'ils considèrent que l'investissement est risqué, ou parce que le projet n'est pas valable pour eux ni sur le plan culturel ni sur le plan industriel. Par contre, le choix arbitraire de projets inquiète un grand nombre de nos membres. Il y a des tas de gens qui connaissent beaucoup mieux que... .

Le président: J'aimerais bien les entendre tous, mais nous avons déjà près d'une demi-heure de retard, et il est temps que l'on passe aux questions. Certains de mes collègues n'ont pas encore eu leur chance.

Il y a un grand nombre d'émissions américaines qui sont actuellement réalisées au Canada. Les producteurs canadiens ont-ils accès à de bonnes équipes et à des gens de talent? Qu'en est-il du coût de production des émissions canadiennes destinées à la télévision?

M. MacMillan: Dans l'ensemble, c'est une bonne expérience pour les équipes, les acteurs, les auteurs et les directeurs. Ils sont tous ravis. Par contre, cela augmente les coûts, y compris les coûts de main-d'oeuvre.

Le président: Dans votre mémoire, vous mentionnez votre surprise de voir que Téléfilm Canada n'a pas respecté la limite de 33 p. 100 pour certaines émissions, qui ne sont même pas des émissions dont on a un besoin particulier. Pourriez-vous me donner davantage de précisions ou identifier les émissions en question, pour que nous puissions faire des vérifications?

[Texte]

Mr. Jephcott: We can probably give you some titles. Whether legal will worry about my health and safety if we do, I will have to check into.

The Chairman: Remember what I said about the parliamentary cloak. I was not joking; I was serious about that. You would be well advised to get some advice on that and see whether my word is acceptable. We would appreciate your supplying us with the answer to that question.

There is also some speculation that the board of Telefilm Canada somehow might have overstated this over-commitment business in order to achieve some other purpose. Is there someone who would care to verbalize a response?

Mr. Nielsen: The best indications I have been able to get, and this is from talking to people inside Telefilm Canada, is that it has been substantially overstated. Mainly all our remarks here are predicated on the fact that what has been in the papers is accurate, and most of us have the feeling that it may well not be. I think a thorough examination is needed and an airing of what exactly the situation is at Telefilm Canada, because none of us feels very certain of it.

Mr. Ron Lillie (Canadian Film and Television Association): I would like to add one other comment to what Michael MacMillan said. It goes back to the business of verbal commitment: It is not worth the paper it is not written on. I think most of the members have experienced situations involving Telefilm Canada where a verbal commitment did not result in a deal being consummated.

I think the verbal component of this over-commitment, or ostensible over-commitment, is probably an area that needs to be examined closely. I think that is where considerable slippage may be identified.

Mr. MacMillan: We have requested a specific breakdown of the \$163 million and all that has been forthcoming on paper so far is a breakdown that adds up to \$66 million. I have requested that directly and have not been able to get any response.

Mr. Lillie: If you look at the breakdown between production and non-production expense, I think there may be some questions to be asked about what the desirable proportion is.

The Chairman: Would you care to give us an answer to the question you have just offered?

• 1635

Mr. Lillie: I cannot speak on their behalf, but we would like to see a higher proportion of production expenditures devoted to this than is the case at present.

The Chairman: You would like to see it go into production values rather than promotion and marketing, would you?

[Traduction]

M. Jephcott: Nous pourrions probablement vous citer certains titres d'émissions. Il faudra que je vérifie auprès du contentieux si je ne me mets pas ainsi dans de beaux draps.

Le président: N'oubliez pas ce que j'ai dit sur l'immunité parlementaire. C'est sérieux, tout à fait sérieux. Ce serait une bonne idée de vérifier ce que je vous ai dit auprès d'un expert. Nous vous serions reconnaissants de pouvoir répondre à la question.

On se demandait également si le conseil d'administration de Téléfilm Canada n'aurait pas exagéré en disant qu'il ne leur restait plus un sou, afin de se servir des fonds à d'autres fins. Quelqu'un pourrait-il répondre à cela?

M. Nielsen: D'après les meilleures sources disponibles—je parle d'employés de Téléfilm Canada—la situation a été grandement exagérée. Une bonne partie de nos propos ici reposent sur le principe que ce qui a été publié dans les journaux est la vérité, alors que la plupart d'entre nous ont l'impression que ce n'est pas le cas. Je pense qu'une enquête minutieuse s'impose pour que l'on sache exactement ce qui se passe à Téléfilm Canada, car personne n'en est certain.

M. Ron Lillie (Canadian Film and Television Association): J'aimerais ajouter quelque chose à ce qu'a dit Michael MacMillan, et j'en reviens à la promesse verbale qui ne vaut pas cher. Je pense que la plupart d'entre nous ont reçu des promesses verbales de Téléfilm Canada qui n'ont abouti à rien.

Et quand l'on dit qu'il ne reste plus de fonds, même si c'est très exagéré, je pense tout de même qu'il vaudrait la peine de vérifier soigneusement la situation. Je pense que c'est la bonne façon d'identifier le gaspillage.

M. MacMillan: Nous avons demandé une ventilation précise des 163 millions de dollars, et tout ce que l'on nous a donné ne représente qu'un total de 66 millions de dollars. Quand j'ai demandé des explications, on a été incapable de me répondre.

M. Lillie: Si vous faites la comparaison entre les frais de réalisation d'émissions et les autres frais, je pense que l'on est en droit de se demander quel devrait être le bon pourcentage.

Le président: Quel devrait-il être à votre avis, puisque vous venez de poser la question?

M. Lillie: Je ne peux pas parler au nom de mes confrères, mais personnellement je voudrais que davantage de financement soit consacré aux dépenses de production.

Le président: Vous aimeriez que davantage de financement soit consacré à la production plutôt qu'à la promotion et à la commercialisation. C'est bien cela?

[Text]

Mr. Lillie: As a proportion, yes.

Mr. Heap: I am wondering whether the group has any comment on the way the CRTC defines Canadian programs. If not, could you tell us how you think the matter should be handled?

Mr. S. Ellis: Our association has had a long dialogue with the CRTC on this question. We played a significant role in consultation with the commission when they created the definition of Canadian content that currently exists, which was at the time widely perceived to be a vast improvement over a fairly discretionary approach to the definition. The industry favoured a move towards an objective point system in line with other government policies such as feature-film certification.

At the same time, it is alarming to see the proportion of programming that can technically meet the specifications of Canadian content without having what the task force described as Canadian character. This may be good for the industrial side of the business.

There are productions that are Canadian in character, American productions taking place offshore, and in-between productions that meet both sets of requirements that should be of concern in revising the Broadcasting Act.

Mr. Heap: You are saying that the present definition is inadequate in that films that technically meet the definition may yet lack Canadian character.

Mr. S. Ellis: In other areas, where incentives have been removed, such as the proposed change in the capital cost allowance rules, we are proposing that the government look at restoring them or creating other forms of investment incentive for those productions that meet an even higher standard of Canadian content.

M. Blackburn (Jonquière): Vous avez parlé tout à l'heure de certaines questions auxquelles vous souhaiteriez obtenir des réponses écrites. Concernant Téléfilm Canada, vous dénoncez l'arbitraire des décisions ou la façon dont se prennent ces décisions. Les membres du Comité aimeraient savoir comment Téléfilm Canada devrait prendre ses décisions. À partir de quels critères devrait-il formuler ses décisions? Téléfilm Canada semblait avoir pris un engagement envers vous et, après un certain temps, vous vous êtes rendu compte que cet engagement n'était pas ferme.

J'aimerais avoir des précisions à ce sujet. De quelle façon avez-vous vécu cette expérience?

• 1640

Mr. Nielsen: I think there are a number of different perceptions about the money in Telefilm Canada. I think the officers of Telefilm Canada tend to regard it as their

[Translation]

M. Lillie: Proportionnellement, oui.

M. Heap: Je me demande si nos témoins ont des remarques à faire concernant la définition du CRTC de ce qu'est une émission canadienne. Sinon, pourriez-vous nous dire comment l'on devrait s'occuper de cette question?

M. S. Ellis: Notre association a discuté de cette question avec le CRTC depuis longtemps. Nous avons joué un rôle important lorsque le CRTC a établi la définition actuelle du contenu canadien. À l'époque, il a été convenu que la nouvelle définition représente une amélioration considérable par rapport à l'approche plutôt discrétionnaire qui existait par le passé. L'industrie était en faveur d'un régime objectif de points, semblable à d'autres politiques du gouvernement, comme celle concernant l'accréditation des longs métrages.

En même temps, il est alarmant de constater la proportion des émissions qui répondent techniquement aux exigences du contenu canadien, sans avoir ce que le groupe de travail a qualifié de caractère canadien. Cela est peut-être bon d'un point de vue commercial.

Il y a certaines productions qui sont de caractère canadien, des productions américaines qui se font à l'étranger, et des productions intermédiaires qui répondent aux deux ensembles de critères. Il faut tenir compte de tout cela lorsqu'on modifie la Loi sur la radiodiffusion.

M. Heap: Vous dites que la définition actuelle fait défaut parce que certains films répondent techniquement aux critères, mais n'ont pas de caractère canadien.

M. S. Ellis: Dans d'autres domaines, où l'on a enlevé des stimulants, par exemple la modification proposée des règles concernant la dépréciation pour amortissement, nous proposons que le gouvernement envisage la possibilité de les remettre en place ou de créer d'autres sortes de stimulants à l'investissement dans le cas des productions qui répondent à des critères de contenu canadien encore plus exigeants.

Mr. Blackburn (Jonquière): Earlier you spoke about some questions to which you would like written replies. You were critical of the arbitrary decisions made by Telefilm Canada, or of the way it makes decisions. Committee members would like to know how Telefilm Canada should be making its decisions. What criteria should it be using? Telefilm Canada seems to have made a commitment to you, and you realized, after some time, that the commitment was not firm.

I would like some clarifications on this matter. What actually happened?

M. Nielsen: Je crois qu'il existe différentes perceptions concernant le financement de Téléfilm Canada. Je crois que les responsables ont tendance à le voir comme leur

[Texte]

money, that independent producers regard it as our money and broadcasters regard it as their money. I think the committee probably views it as the taxpayers' money. As usual they are probably right.

We would like to emphasize that in the making of decisions, this is a broadcast fund and should be related to a marketplace and an audience which is going to receive those programs. We feel very strongly that if the broadcaster is the gatekeeper and is the person to acquire the program and schedule it, the prime decisions should be made by broadcasters.

I think Telefilm Canada's decision-making should be informed very largely by what the broadcasters of this country have to say. When the money starts to run out—it is hoped it will be at the end of a year and not in the middle of a year—more subjective judgments might obtain. I think we should remember that this is a broadcast fund and we should let the marketplace determine those decisions.

Mr. Ross: Mr. Blackburn, I think your question concerns what happens in Telefilm Canada. As I understood it, you are asking why a project gets advanced to a certain point and then the producer finds the thing is dead. Is that what you were saying, basically?

M. Blackburn (Jonquière): Vous nous avez dit tout à l'heure que Téléfilm Canada avait pris des engagements envers vous et que ces engagements ne s'étaient pas traduits par des actes. Je voulais qu'on me précise quels étaient les engagements de Téléfilm Canada. Ils doivent être consignés par écrit. Comment se fait-il que Téléfilm Canada n'ait pas honoré ses engagements? N'y aurait-il pas plutôt une erreur d'interprétation de votre part? Que s'est-il passé? C'est le sens de ma question.

Mr. Ross: To bring you up to date about what happens within the Telefilm organization, a project goes in and is looked at by a committee which gives it some kind of point system in terms of good, bad or indifferent. It goes to another committee which is responsible for looking into the financial aspect of it, whether it is a viable project from the standpoint of the marketplace, the licence fee that might go with it, or the distributor's guarantee, etc. In the meantime, the producer is in constant discussion with Telefilm Canada. He is led to believe it all looks good. He gets a phone call saying everything seems to be fine.

It goes to the next group, who look at it presumably with a fresh look. Because they have other views—there is no man or woman alive without a bias—they look at it and decide they do not like the idea. It might be the script; it might be the method of finance; it might be the individual against whom they have a bias. You will find the project begins to sour.

[Traduction]

propre argent, que les producteurs indépendants le considèrent comme le nôtre et que les radiodiffuseurs le considèrent comme le leur. Je suppose que le Comité estime qu'il s'agit de l'argent des contribuables. Comme d'habitude, c'est probablement le Comité qui a raison.

Nous tenons à insister sur le fait qu'il s'agit d'un fonds de développement, et que les décisions devraient tenir compte de l'auditoire qui va recevoir les émissions en question. Nous sommes convaincus que si c'est le radiodiffuseur qui achète l'émission et qui va la présenter, c'est lui qui devrait prendre les décisions les plus importantes.

J'estime que les décisions prises par Téléfilm Canada devraient être fondées en grande partie sur le point de vue des radiodiffuseurs. Lorsqu'on commence à manquer de financement—et on espère que cela se passera à la fin de l'année, plutôt qu'au milieu—on pourrait peut-être prendre des décisions plus subjectives. À mon avis, il ne faut pas oublier qu'il s'agit d'un fonds de développement d'émissions canadiennes de télévision, et qu'il faut permettre aux responsables du marché de prendre certaines décisions.

M. Ross: Je crois que votre question porte sur le fonctionnement de Téléfilm Canada, monsieur Blackburn. Si je l'ai bien comprise, vous demandez pourquoi un projet continue d'être approuvé jusqu'à un certain point, pour ensuite tomber à l'eau. C'est plus ou moins ce que vous disiez?

Mr. Blackburn (Jonquière): You said earlier that Telefilm Canada had made some commitments to you and that it had not lived up to them subsequently. I wanted some details about the commitments made by Telefilm Canada. They must have been in writing. How is it that Telefilm Canada did not live up to its commitments? Could it not perhaps be that you have misinterpreted something? What happened? That is what I would like to know.

M. Ross: Permettez-moi de vous expliquer un peu comment fonctionne Téléfilm Canada. On présente un projet qui est examiné par un comité, qui lui accorde tant de points en fonction de différents critères de qualité. Ensuite un autre comité, qui est responsable du financement, l'examine pour savoir s'il s'agit d'un projet commercial valable. Il s'agit d'examiner les droits de licence, la garantie du distributeur, etc. Entre-temps, le producteur est en contact constant avec Téléfilm Canada. On lui donne l'impression que tout va bien. On lui téléphone pour lui dire que tout semble aller très bien.

Le prochain comité examine le projet sous un nouvel angle. Puisque les membres de ce comité ont d'autres points de vue—il n'y a personne qui n'a pas de préjugé—ils vont décider qu'ils n'aiment pas le projet. Il s'agit peut-être du scénario, de la méthode de financement, ou de la personne en question, contre qui ils ont un préjugé. À un moment donné, le projet commence à tourner mal.

[Text]

The producer is suddenly getting all kinds of vibrations which become negative. Finally there is no answer at all and he is left hanging. Having spent a considerable sum of money for his lawyers, he is left not knowing if it is a go or a no-go. It is happening by the hundreds all the time. The conclusion is obviously that something about the organization is not right.

Mr. Nielsen: I think it is also fair to say we do not expect that because we have been talked to nicely by Telefilm that we necessarily have a deal. What we are talking about is the proportion of this disaster. At this point of the year, apparently—we are not sure of this—some \$63 million worth of projects that have been more or less committed to, at least where people have been encouraged, have been cut off. We all expect with Telefilm that some time around December or January they will tell us they do not have any money and that we are going to have to lay our projects over. That is not anything that worries us, and none of us assumes we have a deal until they have signed something.

• 1645

The Chairman: Do you mean to say, Mr. Nielsen, that officially there has not yet been any advice to that effect from Telefilm?

Mr. Nielsen: We have had no official. . . I do not know whether the association has, but—

The Chairman: I think Mr. MacMillan may have had some advice.

Mr. MacMillan: No, we have had no advice.

The Chairman: There has been no advice to any of you here.

Mr. Nielsen: No.

Mr. MacMillan: Nor have we.

Mr. Jephcott: The association was told last Monday there were \$20 million of projects, representing 40 or 41 different titles, on their committed but not written list and that they would be contacting those producers two or three weeks from that day to advise them whether or not the deal was still in place. The problem is that even with that number, there is still a whole other missing area of moneys we have not been able to add up.

Mrs. Finestone: On a point of information apropos that, when did you meet with Telefilm last?

Mr. Jephcott: Last Monday night.

Mrs. Finestone: A week ago Monday?

Mr. Jephcott: Yes. We were briefed after the press conference.

The Chairman: And you were told what was said at the press conference.

[Translation]

Tout d'un coup, le producteur commence à recevoir des impressions négatives. Finalement, on ne lui répond pas du tout, et il ne sait pas où il en est. Après avoir payé une somme considérable à ses avocats, il ne sait pas s'il a le feu vert ou pas. Il y a des centaines de cas de ce genre. La conclusion qu'il faut tirer c'est qu'évidemment il y a quelque chose qui ne va pas au sein de l'organisme.

M. Nielsen: Je crois qu'il est également juste de dire qu'on ne s'attend pas forcément à réussir simplement parce que les responsables de Téléfilm nous ont parlé gentiment. Nous vous parlons simplement de l'importance de la catastrophe. Nous n'en sommes pas sûrs, mais il semble qu'à l'heure actuelle Téléfilm Canada s'est engagé pour environ 63 millions de dollars de projets. Les responsables avaient au moins été encouragés, et maintenant tout le financement a été coupé. Nous nous attendons tous à ce que Téléfilm Canada nous dise en décembre ou en janvier qu'il n'a plus d'argent et qu'il va falloir retarder nos projets. Cela ne nous préoccupe pas, et personne ne pense avoir conclu une transaction avant de signer le contrat.

Le président: Voulez-vous dire, monsieur Nielsen, que Téléfilm ne vous en a encore rien dit officiellement?

M. Nielsen: Je ne sais pas si l'association a déjà reçu un avis officiel, mais que je sache. . .

Le président: Je crois que M. MacMillan a peut-être reçu un avis.

M. MacMillan: Non, on ne nous a rien dit.

Le président: Personne ici n'a été informé de quoi que ce soit.

M. Nielsen: Non.

M. MacMillan: Nous non plus.

M. Jephcott: Téléfilm Canada a dit à l'association lundi dernier qu'il y avait pour 20 millions de projets, 40 ou 41 films différents, qui avaient fait l'objet d'un engagement, mais non pas d'un contrat écrit. Les responsables de Téléfilm Canada avaient dit qu'ils allaient communiquer avec les producteurs en question dans deux ou trois semaines pour leur dire si oui ou non le projet pouvait aller de l'avant. Le problème est que même à cela, il y a des fonds qui manquent ailleurs et nous n'arrivons pas à en rendre compte.

Mme Finestone: À propos, quand a eu lieu votre dernière réunion avec des responsables de Téléfilm Canada?

M. Jephcott: Lundi soir dernier.

Mme Finestone: Lundi de la semaine dernière?

M. Jephcott: Oui. Nous avons eu une réunion avec eux après la conférence de presse.

Le président: On vous a informé de ce qui s'est dit lors de la conférence de presse.

[Texte]

Mrs. Finestone: Twenty million dollars was left.

Mr. Jephcott: We were told that \$163 million was the maximum number, but of that \$163 million, \$20 million was not actually contracted, which represented 40 to 41 projects, and they did not know how much of that \$20 million would actually be spent.

Mrs. Finestone: They only have \$70 million.

Le président: Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Tout à l'heure, vous nous avez dit que l'Office national du film était inutile et qu'il fallait le démanteler. Sur quoi vous basez-vous pour formuler ce jugement assez sévère sur l'Office national du film? Pour quelles raisons souhaitez-vous qu'on le démantèle?

Mr. Nielsen: I did not say it was useless. I said I thought it had outlived its usefulness, which is a different thing. What we are getting from the board, and there are many people there I respect and a lot about its record that I respect, is a very costly way of getting what in fact we are getting. To have a large production organization, with no effective distribution access, which has been the condition of the Film Board for the last 30 years, is an unprecedented thing, and only an organization that had as much going for it as the board had could have achieved that. But in fact there is no distribution outlet for the board. What has been suggested as a television outlet for it I do not think is effective, and there is a real question as to whether, with the resources as scarce as they are in this whole area, the amounts of money of the Film Board, which are something in the neighbourhood of \$65 million or \$70 million, should be spent in that way.

That is really what I am questioning. I would never say that it is useless. I think there are better ways of spending that money.

Mr. Ferns: I would add that I think the perception of the Film Board in Toronto and Montreal is perhaps somewhat different from the way it is perceived in other areas of the country. The way its regional offices operate, which is in effect to act as an executive producer for local talent, the partnership between public and private sector in those areas that may not be able to be driven by the normal marketplace, has been quite a positive one.

I think what we have to see is, is it necessary to have a bunch of producers in a protected environment inside, or is the proper role of an institution like that to be in a kind of dialogue and partnership with writers, producers, directors, camera persons, etc., from outside? There is a role that perhaps could be redrawn. But I think the redrawing needs to take place now.

• 1650

The Chairman: I regret very much having to wind this up. You have been helpful. You have been more than helpful. I think there was a sigh contained in your brief to us that says "third" submission of your group to this

[Traduction]

Mme Finestone: Qu'il restait 5 millions de dollars.

M. Jephcott: On nous a dit que le maximum était 163 millions de dollars, mais que sur ce total, il y avait 20 millions de dollars pour lesquels il n'y avait pas encore de contrat, et que cela représentait 40 ou 41 projets. Ils ne savaient pas combien des 20 millions de dollars serait dépensé.

Mme Finestone: Ils n'ont que 70 millions de dollars.

The Chairman: Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Earlier, you said that the National Film Board was useless and should be dismantled. What are your reasons for making this rather harsh judgment about the National Film Board? Why do you want it dismantled?

M. Nielsen: Je n'ai pas dit que l'Office était inutile. J'ai dit qu'il était devenu désuet, ce qui est différent. Je dois vous dire que j'ai beaucoup de respect pour bien des employés de l'Office et pour beaucoup de ses productions; mais j'estime qu'elles coûtent très cher. Il n'y a pas d'autre grand organisme de production sans accès au réseau de distribution. C'est la situation de l'Office national du film depuis 30 ans, et seul un organisme aussi compétent que l'Office aurait pu fonctionner dans ces conditions. Le fait est que l'Office n'a pas de réseau de distribution. À mon avis, la proposition de lui donner un réseau de distribution dans la télévision n'est pas efficace. Compte tenu de la pénurie générale de financement, il faut se demander si le budget de l'Office national du film, qui est d'environ 65 ou 70 millions de dollars, devrait être dépensé de cette façon.

C'est là la question que je pose. Je ne dirais jamais que l'Office est inutile. Je crois qu'il y a de meilleures façons de dépenser ces fonds.

M. Ferns: Je tiens à ajouter qu'à mon avis la perception de l'Office national du film à Toronto et à Montréal est différente de celle qui existe ailleurs au pays. Les bureaux régionaux ont joué un rôle fort positif. Ils font office de réalisateurs en chef pour les artistes locaux, et encouragent une association entre le secteur public et le secteur privé dans des régions où les forces normales du marché ne sont pas suffisamment fortes.

Il s'agit de savoir s'il est nécessaire d'avoir tous ces producteurs qui travaillent dans l'environnement protégé de l'Office, ou si ce dernier ne devrait pas plutôt établir un dialogue et une association avec les auteurs, les producteurs, les réalisateurs, et les caméramen qui travaillent à l'extérieur de l'Office. On pourrait remanier leurs fonctions. À mon avis, il faut le faire maintenant.

Le président: Je regrette beaucoup de devoir mettre fin à cette discussion. Vous avez été utile. Vous avez été plus qu'utile. J'ai décelé une certaine lassitude dans votre mémoire où vous avez dit qu'il s'agit de la troisième

[Text]

standing committee. Will it ever end? I assure you it will. Thank you very much, gentlemen.

Now we move to the Canadian Captioning Development Agency. Gentlemen, we welcome you. Please go ahead.

Mr. Sanderson Layng (President, Canadian Captioning Development Agency Inc.): Thank you, Mr. Chairman. Our point is very simple and clear. We believe access to television by hearing-impaired Canadians should be specifically addressed in Canada's Broadcasting Act. While the current voluntary approach to captioning has produced some good results, these are because of the good graces of Canadian broadcasters and what we feel is an enlightened CRTC. However, it is our belief that access to television is too important to be subject to good graces, enlightened public officials, and a voluntary system. We believe it may also be discriminatory.

We are therefore here today to ask that your committee consider access to television as a right of all Canadians regardless of the health of their hearing. In practical terms, this means all licensees who can offer a captioning service should be required to address the needs of their hearing-impaired audience. This does not mean we expect all broadcasters will be captioning all programs, either now or at some point in the future. Rather, it means broadcasters, according to their audience and resources, must address the viewing needs of those hearing-impaired viewers not as a friendly benefactor, not as a good corporate citizen, but as a matter of policy. We do not believe any broadcaster would suffer undue economic hardship through such an approach, nor would any other service for minority audiences be affected.

The process of public hearings provides a mechanism for determining on a case-by-case basis the levels of captioning appropriate to any particular licensee. What is needed, in our view, is a policy to ensure that the issue of captioning is addressed at public hearings, so that broadcasters are required to make some commitment to this important service.

Mr. Chairman, from the recommendations your committee has made to date, it is clear to us it is your desire to see that the wealth of information and entertainment television provides is available to all Canadians, all Canadians who can watch and listen, and we heartedly encourage you in that objective.

The Chairman: Thank you very much, Mr. Layng.

Mrs. Finestone: Mr. Layng, I think we have been very sensitive, basically as a result of the sensitization you and your organization have effectively brought to our attention right across this land, for which we are most appreciative. I think in setting the goal at 50%, which is what we have suggested in our report. . . it is a rather high target, although it certainly does not meet your

[Translation]

présentation de votre groupe au présent Comité permanent. Ne finira-t-on jamais? Je vous assure que oui. Merci beaucoup, messieurs.

Nous passons maintenant à la *Canadian Captioning Development Agency*. Messieurs, nous vous souhaitons la bienvenue. Allez-y.

M. Sanderson Layng (président, Canadian Captioning Development Agency Inc.): Merci, monsieur le président. Notre revendication est très simple et claire. Nous croyons que la Loi canadienne sur la radiodiffusion doit traiter précisément de l'accès à la télévision pour les malentendants canadiens. Bien que l'approche volontaire actuelle au sous-titrage ait donné de bons résultats, c'est grâce à la bienveillance des radiodiffuseurs canadiens et à l'éclaircissement, à notre avis, du CRTC. Cependant, nous croyons que l'accès à la télévision est trop important pour qu'on le laisse à la bienveillance, à des fonctionnaires éclairés et à un système volontaire. Nous croyons que cela peut être discriminatoire, d'ailleurs.

Nous nous présentons ici aujourd'hui donc pour demander que votre Comité considère l'accès à la télévision comme un droit de tous les Canadiens, quel que soit l'état de leur ouïe. En pratique, cela veut dire que tous les titulaires de licence qui peuvent offrir un service de sous-titrage doivent répondre aux besoins de leur auditoire malentendant. Cela ne veut pas dire que nous nous attendions à ce que tous les radiodiffuseurs sous-titrent toutes les émissions, maintenant ou à l'avenir. Cela veut dire plutôt que les radiodiffuseurs, selon leur auditoire et leurs ressources, doivent répondre aux besoins des téléspectateurs malentendants, non pas par bienveillance ou par civisme, mais par principe. Nous croyons qu'aucun radiodiffuseur ne sera lésé indûment sur le plan économique en faisant ainsi et que les services des autres groupes minoritaires ne seront pas touchés par conséquent.

Les audiences publiques permettent de déterminer cas par cas le niveau de sous-titrage qui convient à chaque titulaire de licence. À notre avis, il faut une politique qui assurera que la question du sous-titrage sera traitée aux audiences publiques de sorte que les radiodiffuseurs s'engagent à fournir ce service important.

Monsieur le président, d'après les recommandations que votre Comité a faites jusqu'ici, il nous est évident que vous voulez que tous les renseignements et divertissements que la télévision fournit soient offerts à tous les Canadiens qui peuvent regarder et écouter, et nous vous appuyons sans réserve sur ce point.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Layng.

Mme Finestone: Monsieur Layng, je pense que nous y avons été très sensibles, grâce essentiellement aux représentations que vous et votre organisme avez faites efficacement partout au pays; nous en sommes très reconnaissants. Je pense qu'en fixant l'objectif à 50 p. 100, ce que nous avons proposé dans notre rapport. . . c'est un objectif assez élevé, mais il ne répond pas certainement à

[Texte]

aspirations. I understand that. But I come from the school that believes you have to push as far as you can, and once that goal is reached, then you can re-establish the next step. So I do not think we have been other than hopeful, more than realistic, at the 50% goal.

• 1655

I see what you are asking for as key in two ways, and if you have been following this at all then you will know that I have felt strongly that all Canadians should know what is going on in this country as a fundamental right in terms of the news, and that I see nothing wrong with captioning and I think we should almost insist that captioning of the news take place—and open captioning for a secondary reason, not equally important but certainly important—if we want this country to be able to meet the technological change demands in its work force.

I pointed out the fact that we have a population that has close to 10 million illiterates, not necessarily illiterate in that they cannot read and write, but they cannot read and write English or French. They may be fine in some other language. I would hope that in asking our broadcasters to open-caption the news, first, Canadians in general could be sensitized; second, it would meet the needs of the hearing-impaired; third, it would help to educate in the privacy of their homes those people who need to upgrade their skills so they can be full participants in the labour force or as homemakers who work in the home.

So I really do not have a question other than to say thank you for bringing this to our attention and to hope you will understand why we have not gone beyond the 50% and to hope that can be realized within the shortest time possible.

Mr. Layng: I am very glad that you mention the issue of literacy, because we have been very concerned about that issue in this country of late. Those of us who deal with educational objectives, which captioning does have, have been looking at how captioning of television programs can particularly address this issue, because we are being told more and more by people in school systems, people who teach children with language difficulties, and people who view multicultural programs in a wide variety of circumstances that captioning has provided them with an excellent opportunity to learn to speak either English or French.

For children with particular difficulties, we are told on a consistent basis of circumstances where someone has noticed that a child is doing particularly well of late in school. They have not been able to explain why, and they have ended up contacting the parents and being told that the point at which the improvement happened was the point at which the child started to watch captioned television.

Research in the United States has verified this, and we have come to an agreement with TVOntario for a research

[Traduction]

vos attentes. Je le comprends. Mais je suis de ceux qui croient qu'il faut en faire le plus possible, et une fois cet objectif atteint, on peut franchir la prochaine étape. Donc, je ne crois pas que l'objectif de 50 p. 100 soit trop optimiste et peu réaliste.

Je pense que votre revendication est essentielle à deux titres, et si vous avez suivi ces audiences le moins, vous saurez que je crois fermement que tous les Canadiens ont le droit fondamental de savoir ce qui se passe au pays, c'est-à-dire les nouvelles, et que je ne vois aucun mal au sous-titrage et que je pense que nous devrions presque exiger le sous-titrage des nouvelles—et le sous-titrage visible pour une raison secondaire, pas si importante, mais importante quand même—si nous voulons que la main-d'oeuvre soit en mesure de répondre aux changements technologiques dans ce pays.

J'ai signalé le fait que le Canada compte près de 10 millions d'analphabètes, c'est-à-dire des gens qui ne peuvent ni lire ni écrire l'anglais ou le français. Ils peuvent lire ou écrire une autre langue, peut-être. J'ose espérer que le sous-titrage visible des nouvelles permettrait, premièrement de sensibiliser les Canadiens en général, deuxièmement de répondre aux besoins des malentendants, et troisièmement d'éduquer dans l'intimité de leurs foyers ceux et celles qui doivent se perfectionner de façon à participer pleinement à la population active ou aux travaux ménagers.

Donc, je n'ai pas vraiment de question, mais je veux vous remercier de nous avoir signalé la chose, et j'espère que vous comprendrez pourquoi nous ne sommes pas allés plus loin que 50 p. 100. J'espère qu'on atteindra cet objectif le plus tôt possible.

M. Layng: Je suis très heureux que vous souleviez la question de l'alphabétisation, parce que cette question nous préoccupe beaucoup dernièrement. Ceux d'entre nous qui s'intéressent à l'éducation ont examiné la façon dont le sous-titrage des émissions de télévision peut contribuer à l'instruction, parce que les enseignants, les spécialistes scolaires, les professeurs des enfants ayant des troubles d'apprentissage et les spectateurs d'émissions multiculturelles dans des circonstances très variées nous disent de plus en plus que le sous-titrage les a permis d'apprendre à parler anglais ou français.

On nous dit souvent que des enfants ayant des difficultés particulières font mieux à l'école tout à coup. Les responsables ne sont pas en mesure d'expliquer pourquoi; ils se renseignent auprès des parents, qui les informent que l'enfant s'est mis à apprendre dès qu'il a regardé des émissions sous-titrées à la télévision.

Des recherches effectuées aux États-Unis ont permis de vérifier cette constatation et nous avons conclu une

[Text]

project in Ontario to explore the uses of captioned television to address literacy.

Mrs. Finestone: As a matter of fact, Minister Munro was here this morning and we had an exchange on this very same subject and she certainly seemed to be very interested in the project.

I do not believe the briefs that were presented indicated where the studies took place so that we perhaps could get that documentation. If you could, within your own files, locate the names, the sources of where the research took place that effectively demonstrated the positive results on hearing-impaired, child hearing-impaired, and illiteracy, then we would appreciate that very much.

Mr. Layng: We would be happy to provide the committee with copies of those reports.

M. Blackburn (Jonquière): Quelle proportion des émissions est sous-titrée présentement?

Mr. Layng: That varies on virtually a week to week basis. I can tell you the amount of programming we are captioning on an average-year basis. Currently we caption close to 750 hours of Canadian programming and close to 1,500 television commercials. That is broken down amongst the CBC, which produces 450 hours of series programming and specials, and CTV, which will caption this year around 112 hours of programming, which we will produce for them. TVOntario will be doing a little over a hundred hours this year, and we also caption for Telefilm Canada.

• 1700

M. Blackburn (Jonquière): C'est vraiment une toute petite proportion des émissions qui est sous-titrée.

Mr. Layng: It is now a small percentage.

M. Blackburn (Jonquière): Vous dites que les coûts du sous-titrage ont diminué de 30 p. 100 cette année. Pourquoi ont-ils diminué? Est-ce parce qu'il y a plus de clients? Y a-t-il une raison à cela?

Mr. Layng: The costs have come down because we have developed technology that allows us to produce captioning at a faster rate on better equipment.

The other factor, which is really the most significant one, is that we are a charitable organization. It is our mandate to lower costs as much as possible. We have reduced costs by close to 35% this year, and if we are able, we will continue to reduce costs so that captioning can be facilitated for the broadcaster.

M. Blackburn (Jonquière): Est-ce que tous vos fonds pour le sous-titrage vous viennent de Téléfilm Canada?

Mr. Layng: No. We have an annual captioning contract with Telefilm Canada for \$300,000. The rest of the money comes directly from the networks who purchase the services. CBC pays for their captioning, CTV for theirs, commercial advertisers pay for theirs.

[Translation]

entente avec TVOntario pour mener un projet de recherche en Ontario sur l'utilisation des émissions sous-titrées en vue de l'alphabétisation.

Mme Finestone: En fait, la ministre Munro a comparu ce matin et nous avons parlé de ce sujet précis; elle semble être très intéressée par le projet.

Je crois que les mémoires présentés n'ont pas mentionné l'endroit où l'on a effectué les études, ce qui nous permettrait d'obtenir les documents. Si vous pouviez trouver dans vos dossiers les noms et les sources des recherches qui ont permis d'établir les bienfaits pour les malentendants, tant adultes qu'enfants, et les analphabètes, nous vous en serions très reconnaissants.

M. Layng: Nous serions heureux de fournir des exemplaires de ces rapports au Comité.

Mr. Blackburn (Jonquière): What proportion of programs is now captioned?

M. Layng: Cela varie d'une semaine à l'autre, presque. Je peux vous dire combien d'émissions nous sous-titrons par an, en moyenne. Actuellement, nous sous-titrons presque 750 heures d'émissions canadiennes et presque 1,500 annonces publicitaires. Cela se répartit entre Radio-Canada, qui produit 450 heures de feuilletons et d'émissions spéciales, et CTV, qui fera sous-titrer, par nous, environ 112 heures d'émissions cette année. TVOntario produira un peu plus de 100 heures cette année, et nous faisons le sous-titrage pour Téléfilm Canada aussi.

Mr. Blackburn (Jonquière): It is really a very small proportion of programs that is captioned.

M. Layng: Actuellement, c'est un faible pourcentage.

Mr. Blackburn (Jonquière): You say that the costs of captioning have gone down by 30% this year. Why have they gone down? Is it because there are more customers? Is there a reason for this?

M. Layng: Les coûts ont diminué parce que nous avons mis au point des techniques qui nous permettent de produire des sous-titres plus rapidement sur un meilleur équipement.

L'autre facteur, qui est vraiment le plus important, c'est que nous sommes une oeuvre de charité. Notre mandat est de réduire les coûts le plus possible. Nous avons réduit les coûts de presque 35 p. 100 cette année et si nous le pouvons, nous continuerons à réduire les coûts de façon à faciliter le sous-titrage aux radiodiffuseurs.

Mr. Blackburn (Jonquière): Do all your funds for captioning come to you from Telefilm Canada?

M. Layng: Non. Nous avons conclu un contrat annuel de sous-titrage avec Téléfilm Canada pour 300,000\$. Les autres fonds nous viennent directement des réseaux qui achètent les services. Radio-Canada paie ses sous-titres, CTV les siens, les annonceurs commerciaux les leurs.

|Texte|

Mr. Blackburn (Jonquière): Quels sont vos besoins en termes de fonds? Si vous comparez le nombre d'heures d'émissions sous-titrées que vous produisez actuellement aux besoins, à combien estimez-vous le montant annuel nécessaire pour répondre à ces besoins?

Mr. Layng: Our operating budget is currently around \$2 million a year. We have close to 70 people who produce the captions. Captioning is a very labour-intensive process. It requires 25 to 30 hours a week to caption a one-hour program. So when we look at reducing costs, we look at efficiencies in the programming, the equipment, and our human resources. But somehow we have to meet that \$2 million, which is currently provided to us on a purchase basis. We do not have any funding other than for the services we provide, which is on a fee-for-service basis.

Mr. Blackburn (Jonquière): À quel rythme vos budgets devraient-ils augmenter pour vous permettre d'accroître le nombre d'émissions sous-titrées afin que vous puissiez produire un contenu acceptable?

Mr. Layng: What is important for both the hearing-impaired and the broadcaster is that steady progress be made each year. Captioning has developed with a certain momentum, and it is important that this momentum be maintained.

• 1705

I would rather suggest to you that what is important is the progress we have made, which has been considerable in the last few years, that the same progress be maintained over the next few years, that the momentum that has been achieved, that the pressures that have been there from all the variety of aspects of the system be maintained in order to continue the high level of interest in this area. With the issues of the hearing impaired and the issues of literacy, it is very important that at this particular point in time captioning be allowed to continue and to be encouraged.

Mr. Heap: I would like to ask Mr. Layng, in your earlier brief of June 23 you say that over 20 countries are involved in the provision of captioning for the hearing-impaired, and Canada, while providing the highest per capita level of service, has very little subsidization for this service. Just explain a little bit how you reckon the per-capita level of service. Are you talking about relating it to the number of program hours, or simply to the size of the population?

• 1710

Mr. Layng: This was a comment provided to us by CRTC staff. My understanding was that it was looked at on a population basis, looking at the number of hours and over the population.

Mr. Heap: I see. Secondly, your present brief says that you do not believe that a broadcaster would suffer undue economic hardship to the approach you are

|Traduction|

Mr. Blackburn (Jonquière): How much money do you need? If you compare the number of hours of captioned programs you now produce with what is needed, how much money do you estimate you require every year to meet these needs?

Mr. Layng: Notre budget d'exploitation est actuellement d'environ 2 millions de dollars par an. Presque 70 personnes produisent les sous-titres pour nous. C'est une entreprise qui prend beaucoup de main-d'oeuvre. Il faut de 25 à 30 heures de travail—une semaine, mettons—pour sous-titrer une émission d'une heure. Donc, pour réduire les coûts, nous essayons de rendre plus efficaces la programmation, l'équipement et les ressources humaines. Mais nous devons d'une façon ou d'une autre recueillir 2 millions de dollars, que nous obtenons actuellement en vendant nos produits. Nous ne recevons rien, sauf pour les services que nous offrons et qu'on paie au fur et à mesure.

Mr. Blackburn (Jonquière): How fast would your budget have to go up for you to increase the number of captioned programs and still maintain acceptable quality?

Mr. Layng: Ce qui est important tant pour les malentendants que pour les radiodiffuseurs est de faire des progrès constants chaque année. Le sous-titrage a pris un certain essor, qu'il est important de maintenir.

Je vous dirais que ce qui est important, c'est qu'au cours des quelques prochaines années, on maintienne les mêmes élans, on ne perde pas les progrès considérables qui ont été réalisés au cours des quelques dernières années, et il faut s'assurer que les mêmes pressions s'exercent pour maintenir le haut niveau d'intérêt sur la question. Étant donné les problèmes des malentendants et la question de l'analphabétisme, il est particulièrement important en ce moment de maintenir et d'encourager le codage.

Mr. Heap: Monsieur Layng, dans votre mémoire du 23 juin, vous dites que plus de 20 pays assurent le codage des émissions pour les malentendants et que le Canada, qui a pourtant le niveau le plus élevé de services per capita, n'accorde que des sommes très modiques à ce service. Expliquez-nous comment vous établissez ce niveau de services per capita. Est-ce que c'est par rapport au nombre d'heures de programmation, ou simplement par rapport à la taille de la population?

Mr. Layng: Il s'agit là d'une observation que nous a faite un employé du CRTC. Je pense que c'est en fonction de la population, autrement dit, le rapport entre le nombre d'heures de diffusion et la population.

Mr. Heap: Je vois. Dans le mémoire que vous présentez aujourd'hui, vous dites que la solution que vous recommandez ne pénaliserait pas indûment les

[Text]

recommending, nor would any other service or minority audiences be affected. Can you give us any estimate? You have given us the figure of 25 hours of captioning for a one-hour program. I am not familiar with the industry at all. Can you indicate how this compares as a percentage of the average cost of the programs that might be captioned?

Mr. Layng: The 25 hours is the time we are shooting for to caption a one-hour program. It currently takes us about 35 hours, and we want to reduce this to about 25 hours. I am not sure if you are asking for a comparison between the production time to go into a program relative to captioning.

Mr. Heap: What would be the cost of the program as a whole compared to the cost of the captioning?

Mr. Layng: The cost of the captioning is a very small cost relative to the cost of a television program.

Mr. Heap: Do you have a percentage estimate?

Mr. Layng: Our costs for a program that might be broadcast nationally is \$2,000, which is our figure to produce the captioning for the program. If you were to take a television program that were to cost \$100,000, if you looked at it added as a cost, then you are looking at a very small percentage—2%.

Likewise, on a television commercial we charge \$300 to caption a television commercial that also may cost between \$60,000 and \$100,000 to produce. Some advertisers tell us that \$300 is lunch money for the crew. It is not a significant portion of the cost.

Mr. Heap: When you say that in practical terms your proposal would mean that all licensees who can offer a captioning service should be required to address the needs of their hearing impaired audience, it seems to me to leave us in a very uncertain situation—a sort of limbo—about quantity. For one thing, which licensees can and which ones cannot offer the captioning service? How is this determined?

Secondly, if they should be required to address the needs. . . You have said that it does not mean all licensees will have to caption all programs. For example, a 50% figure has been recommended by the committee. How do you quantify the phrase “address the needs”?

Mr. Layng: We can envision circumstances where for a broadcaster who is not a national broadcaster, the resources and the audience served may not be sufficient to warrant the same kind of expenditure as for another broadcaster. Rather than trying to predefine in our own terms what each broadcaster should be providing, we think this is the kind of involvement we have seen in public hearings where the CRTC, the broadcaster and the hearing-impaired have come together. They have been able to advance the cause of captioning through being able to ask broadcasters in public hearings exactly what

[Translation]

radiodiffuseurs et n'aurait pas de répercussions pour d'autres services ni pour des auditoires minoritaires. Avez-vous fait des calculs? Vous nous avez dit que cela prenait 25 heures pour faire le codage d'une émission d'une heure. Je suis un vrai béotien en l'occurrence. Pourriez-vous me dire ce que représente le codage d'une émission par rapport au coût total?

M. Layng: Les 25 heures, c'est ce que cela prend pour le codage d'une émission d'une heure. A l'heure actuelle, cela nous prend environ 35 heures, et nous aimerions ramener cela à 25 heures. Vous me demandez bien le temps que ça prend pour coder une émission?

M. Heap: Je veux savoir combien coûte l'émission et combien coûte le codage lui-même?

M. Layng: Le coût du codage est très modique par rapport au coût de l'émission télévisée.

M. Heap: Avez-vous un pourcentage?

M. Layng: Pour encoder une émission susceptible d'être diffusée sur le réseau, cela coûte 2,000\$. Si l'émission télévisée coûte 100,000\$, cela n'ajoute qu'un très faible pourcentage aux coûts de production, soit 2 p. 100.

C'est la même chose pour un message publicitaire qui coûte de 60,000\$ à 100,000\$ et pour lequel nous facturons 300\$ de frais d'encodage. Certains annonceurs vous diront que 300\$, ça paie le déjeuner pour l'équipe. C'est la goutte d'eau dans l'océan.

M. Heap: Quand vous dites qu'en termes pratiques, vous proposez que tous les détenteurs de licences qui sont en mesure d'offrir à leur auditoire des émissions encodées devraient le faire, je ne sais pas très bien où j'en suis, car vous ne mentionnez pas de chiffres. Tout d'abord, comment détermine-t-on quels détenteurs de licences peuvent offrir un service encodé et quels détenteurs ne le peuvent pas?

En outre, si les détenteurs de licences doivent répondre aux besoins des malentendants. . . Vous avez dit que cela ne voulait pas dire que tous les détenteurs de licences devraient offrir des émissions encodées. Le Comité a d'ailleurs recommandé que cela se fasse pour une émission sur deux. Comment pouvez-vous quantifier cette phrase: «répondre aux besoins»?

M. Layng: Eh bien, si le radiodiffuseur n'est pas un radiodiffuseur national, il n'a peut-être pas suffisamment de ressources ni un public assez important pour justifier de dépenser autant qu'un autre radiodiffuseur. Plutôt que de décider d'avance ce que devraient faire tous les radiodiffuseurs, nous pensons que cela doit se décider au niveau d'audiences publiques au cours desquelles se rencontrent les représentants du CRTC, le radiodiffuseur et les intéressés. C'est grâce à ce genre d'audiences qu'on a pu faire progresser la cause du codage, car ces audiences permettent de demander publiquement aux

[Texte]

they are prepared to do, and in very specific terms. That has produced some very good results.

• 1715

Our main concern is that the subject of captioning does not get addressed at all hearings. It is something such that if there is an intervention from a deaf group or if the commission feels it is important to ask those questions, then they discuss those issues with the particular broadcaster. Our concern is that it should be addressed at all hearings; each broadcaster should be asked specifically about its intentions towards the hearing-impaired.

Mr. Heap: Then what you want is legislation to say that whenever a program is to be done, there should be an opportunity for the question of captions to be answered by the producer. His answer could be negative or positive or half and half, but the question should be put to him. That is essentially what you are asking, is it?

Mr. Layng: That is correct.

The Chairman: By legislation or by regulation?

Mr. Layng: We are not recommending a method. We feel whatever achieves that objective. . .

Mr. Gormley: Mr. Layng, what proportion on a percentage basis of weekly, Monday-to-Friday, prime time, 7 p.m. to 11 p.m. television is closed-captioned now in Canada?

Mr. Layng: I do not have that specific statistic for this season yet.

Mr. Gormley: If you did get it, could you advance it to the committee?

Mr. Layng: Yes, I could provide that.

Mr. Gormley: Thank you. What would a converter cost me?

Mr. Layng: The unit, if you were to buy one in Toronto today through the Sears organization, which is the one that sells them currently, is approximately \$450. We are helping to support the development of a Canadian-based unit that would be a cable-ready decoder. It is going to retail for around \$250.

Mr. Gormley: Has the number of decoders increased, decreased, or remained the same in the past five years?

Mr. Layng: It has increased significantly. The most significant increase happened when broadcasters began captioning news. There was a tremendous increase at that time.

Mr. Gormley: Is there a difficulty at this point for people who cannot afford that initial outlay?

Mr. Layng: Yes, there still is. Service organizations such as Lions Clubs and Kiwanis have been very good at providing decoders to families who cannot afford one, but

[Traduction]

radiodiffuseurs ce qu'ils sont prêts à faire, et en termes précis. Les résultats ont été excellents.

Ce qui nous inquiète, c'est qu'on ne discute pas de codage à toutes les audiences. On en discute simplement s'il y a une intervention de la part d'un groupe de malentendants ou si le conseil estime qu'il est important de poser ces questions et d'en discuter avec un radiodiffuseur particulier. Nous aimerions que le sujet soit abordé à toutes les audiences et que l'on demande à chaque radiodiffuseur ce qu'il entend faire précisément pour les malentendants.

M. Heap: Autrement dit, vous voudriez que la loi précise que lorsqu'on réalise une émission, on devrait pouvoir demander au producteur s'il a l'intention de l'encoder. Il pourrait répondre oui, non, ou ni oui ni non, mais on devrait pouvoir lui poser la question. C'est bien ça?

M. Layng: C'est bien ça.

Le président: Vous voudriez voir cela dans la loi ou dans le règlement?

M. Layng: Nous ne préconisons aucune méthode. Dans la mesure où l'objectif est réalisé. . .

M. Gormley: Monsieur Layng, quel est actuellement le pourcentage d'émissions télévisées encodées sur une base hebdomadaire, du lundi au vendredi, aux heures de grande écoute, soit de 19 heures à 23 heures.

M. Layng: Je n'ai pas encore ces statistiques pour la saison.

M. Gormley: Quand vous les aurez, pourriez-vous nous les envoyer?

M. Layng: Certainement.

M. Gormley: Je vous remercie. Combien coûte un convertisseur?

M. Layng: Si vous achetez l'appareil à Toronto aujourd'hui, chez Sears, qui les vend à l'heure actuelle, cela vous coûtera environ 450\$. Nous finançons actuellement la mise au point d'un appareil canadien, soit un décodeur prêt pour le câble, qui se vendrait environ 250\$ au détail.

M. Gormley: Est-ce qu'au cours des cinq dernières années, le nombre de décodeurs a monté, baissé ou est resté le même?

M. Layng: Il a monté de façon marquée. C'est au moment où les radiodiffuseurs ont commencé à passer des bulletins d'information encodés que les gens en ont acheté surtout.

M. Gormley: Est-ce qu'il y a encore des problèmes pour les gens qui ne peuvent pas se permettre cet achat?

M. Layng: Oui. Des organismes comme les *Lions Clubs* ou les *Kiwanis* ont été fort généreux en fournissant des décodeurs aux familles qui ne pouvaient pas se le

[Text]

their funds are not sufficient to reach everyone who might need one.

Mr. Gormley: I bite my tongue while I ask this, but opposition members have, so I might as well start. With the free trade agreement and lower component costs between the two countries and a projected drop of 25% on televisions, etc., would free trade mean lower costs for these types of converters?

Mr. Layng: I think that is possible.

The Chairman: Gentlemen, thank you. You have been a help to us.

Now we look forward very much to hearing from the representatives of the CTV Network, led by Mr. Bill McGregor, chairman of the board of directors. Gentlemen, welcome. I apologize for having kept you waiting. We got off on a rabbit chase, chasing the elusive rabbit of Telefilm. Or maybe it was a fox we were after; I am not exactly sure. But we were riding to hounds. We might just get into a bit of that with you, although I really would urge my colleagues to see what we can get from your collective wisdom on the future shape of the system. I note from your speaking notes you are on that track yourselves. Mr. McGregor, would you introduce your colleagues and begin.

• 1720

Mr. McGregor (Chairman of the Board of Directors, CTV Television Network Ltd.): Mr. Chairman, I salute the committee for its diligence. You have been at it for quite a while and your patience is remarkable.

Joining me in this brief submission to you today are Ray Peters, the chairman of the executive committee of CTV, Mr. Murray Chercover, the president of the network, and Mr. John Coleman, vice-president responsible for government relations and corporate planning.

We last appeared before this committee in Ottawa on March 19 to present and discuss our views of the recommendations of the Task Force on Broadcasting Policy that related to the Broadcasting Act itself. We are grateful for this second opportunity, which allows us to address the aspects of the Caplan-Sauvageau report attempting to deal with the private sector of the Canadian broadcasting system in general and CTV in particular. CTV filed a second submission to this committee in June, which dealt with the matter of our concerns in detail. Time does not permit a comprehensive review of each of those concerns, but Mr. Chercover will highlight the more important ones. We will be pleased to respond to your questions afterwards.

Mr. Murray Chercover (President, CTV Television Network Ltd.): In commenting on the task force recommendations you are considering, we are obliged to point out that in quite a few instances the data developed

[Translation]

permettre, mais il n'y a pas suffisamment de fonds pour que tout le monde y ait accès.

M. Gormley: Je devrais me mordre la langue au lieu de vous poser cette question, mais je vous la poserai tout de même, puisque les députés de l'opposition l'ont fait. Avec l'accord de libre-échange, le coût des pièces serait plus bas et le coût des télévisions est censé baisser de 25 p. 100; est-ce que cela permettrait également de faire baisser le prix de ces convertisseurs?

M. Layng: C'est possible.

Le président: Je vous remercie, messieurs. Votre contribution a été utile.

Nous allons maintenant entendre les représentants du réseau CTV, et en particulier M. Bill McGregor, président du conseil d'administration. Bienvenue, messieurs. Désolé de vous avoir fait attendre. Nous étions partis à la chasse au dahu, en l'occurrence Téléfilm. Ou peut-être s'agissait-il tout bonnement d'un lièvre; je l'ignore. Quoi qu'il en soit, nous étions à la chasse. On pourra peut-être faire la même chose avec vous, mais je pense qu'il serait préférable que vous fassiez profiter mes collègues et moi-même de votre sagesse collective et nous disiez ce que vous pensez de l'avenir du système. D'après vos notes, vous semblez sur la bonne voie. Monsieur McGregor, avant de commencer, ayez l'obligeance de présenter vos collègues.

M. McGregor (président du conseil d'administration, CTV Television Network Ltd.): Monsieur le président, je félicite votre Comité de sa diligence. Vous siégez depuis longtemps et vous faites preuve d'une remarquable patience.

M'accompagnent aujourd'hui pour la présentation de cet exposé Ray Peters, président du comité exécutif de CTV, M. Murray Chercover, président du réseau, et M. John Coleman, vice-président chargé des relations gouvernementales et de la planification.

La dernière fois que nous avons comparu devant votre Comité, c'était le 19 mars, pour présenter nos vues sur les recommandations du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion dans le cadre même de la Loi sur la radiodiffusion. Nous sommes heureux d'avoir à nouveau la possibilité de vous parler, mais cette fois de certains aspects du rapport Caplan-Sauvageau qui concernent le secteur privé du système canadien de radiotélédiffusion en général, et CTV en particulier. CTV a présenté une deuxième requête à votre Comité en juin, qui détaillait nos préoccupations. Je n'ai pas le temps de passer chaque point en revue, mais M. Chercover soulignera les points les plus importants. Ensuite, nous nous ferons un plaisir de répondre à vos questions.

M. Murray Chercover (président, CTV Television Network Ltd.): En discutant des recommandations du groupe de travail à l'étude, nous devons vous faire remarquer que dans certains cas, les données étayant les

[Texte]

in support of the recommendations was not accurate. For example, while the report states that in 1984 only 1% of CTV's programming between 7 p.m. and 11 p.m. was Canadian drama, the full schedule actually included 7% Canadian drama. When the network reserved-time portion is examined, the only element of the schedule controlled by CTV and measured by the CRTC, the percentage of Canadian drama was 12.5%.

Apart from such inaccuracies, there are also aspects of the task force recommendations that we cannot support. We can only give you examples here. While the original guidelines for the broadcast fund administered by Telefilm Canada were essentially industrial, the reports recommendations appear to revise the objectives to emphasize cultural objectives.

It is essential this committee recognizes that the domestic market is of insufficient size to support a sound indigenous production industry. The portions of the budgets committed by CTV as licence fees are on a per capita basis higher than those paid by American networks for national exhibition rides. U.S. networks pay on average \$800,000 per hour to license national exhibition rides against a population base of 250 million, whereas CTV pays on average \$200,000 or more an hour against a population of 20 million English-speaking Canadians.

There are recommendations in the report which we can support at CTV. For example, the report recommends that Canadian specialty services should remain on a discretionary cable tier and the carriage of competitive signals from the United States should be prohibited. Given all the television choices available to Canadian viewers today, it is remarkable that almost 30% of the viewing time is spent with Canadian programming. In an environment of ever-increasing competition for the attention of the viewer and the advertiser, the role and function of CTV in programming becomes more difficult.

The national objectives of the Broadcasting Act are principally addressed through national networking operations such as CTV. The committee should ensure that the Canadian broadcasting system is preserved to respond to the national Canadian interests, needs and opportunities. We at CTV regard Canadian programming in our service as our highest priority, as evidenced by the fact that CTV will spend well over \$400 million on Canadian programming over the next five-year period. Notwithstanding our desire to do more and better Canadian programming, it is difficult for us to forecast the sources of financing in support of that objective.

[Traduction]

recommandations étaient inexactes. Par exemple, le rapport précise qu'en 1984, 1 p. 100 seulement de la programmation de CTV aux heures de grande écoute était des dramatiques canadiennes, alors que pour toute la grille horaire, il s'agit en fait de 7 p. 100. Si l'on considère le temps d'antenne réservé au réseau, qui est le seul élément sous le contrôle de CTV qui soit mesuré par le CRTC, le pourcentage de dramatiques canadiennes est de 12,5 p. 100.

À part ces inexactitudes, il y a d'autres aspects des recommandations du groupe de travail que nous n'approuvons pas. On peut vous citer certains exemples. Alors que les dispositions originales relatives au fonds de radiodiffusion administré par Téléfilm Canada s'intéressaient surtout à la rentabilité, le rapport semble recommander de revoir les objectifs pour en souligner l'aspect culturel.

Il est impératif que ce Comité reconnaisse que le marché national n'est pas suffisamment important pour financer une industrie nationale stable de production. Proportionnellement, les redevances payées par CTV, per capita, sont supérieures aux redevances payées par les réseaux américains pour les droits de diffusion nationale. Les réseaux américains paient en moyenne 800,000\$ l'heure de redevances pour une diffusion nationale, alors que la population est de 250 millions d'habitants, tandis que CTV paie en moyenne 200,000\$ l'heure ou plus, et la population de Canadiens anglophones n'est que de 20 millions.

Certaines des recommandations du rapport trouvent grâce à nos yeux. Par exemple, le rapport recommande que les services spécialisés canadiens continuent d'être diffusés à titre facultatif et que la retransmission des signaux américains concurrentiels soit interdite. Étant donné le choix de programmes auxquels l'auditoire canadien a accès aujourd'hui, il est remarquable de constater que près de 30 p. 100 du temps d'écoute est consacré à des programmes canadiens. Alors que l'on s'arrache de plus en plus l'auditeur et l'annonceur, le rôle même de CTV devient de plus en plus difficile.

Les objectifs nationaux de la Loi sur la radiodiffusion sont présentés essentiellement par le truchement des réseaux nationaux comme celui de CTV. Le Comité devrait s'assurer que le système canadien de radiotélédiffusion reste en mesure de refléter les intérêts et les besoins nationaux. Les représentants de CTV considèrent que les émissions canadiennes représentent la part la plus importante de leurs services, et c'est pourquoi CTV consacrera plus de 400 millions de dollars à la réalisation d'émissions canadiennes au cours des cinq prochaines années. Mais même si nous souhaitons avoir davantage d'émissions canadiennes et de meilleures émissions canadiennes, il est difficile d'imaginer où nous trouverons l'argent nécessaire pour le faire.

In just a short period of five months, very significant events have occurred that affect the future of Canadian

En l'espace de cinq mois à peine, d'importants événements sont survenus qui vont bouleverser l'avenir de

[Text]

programming. The government introduced a reduction in the tax benefits to Canadians who invest in Canadian productions. We are aware now of 70 hours of feature films and mini-series, long-form programs, previously committed to by CTV which are now unable to proceed, serious projects planned for next season which cannot proceed.

Television's financial and management problems have created serious difficulties in underwriting continuing and future Canadian productions, which has undermined the prospects for at least four major projects planned for next season's schedule.

The Minister of Communications is now suggesting that broadcasters should be required to post performance bonds, or that negative incentives should be introduced, such as an off-the-top 8% federal sales tax on broadcast revenues or an increase in present licence fees with rebates for greater performance and/or contributions. We estimate the tax would represent a minimum of \$12 million out of CTV alone—not our affiliates, no private stations, no independents' groups—which would no longer be available to apply to Canadian programming commitments. A good example would be that we might have to terminate the production of a drama series such as *Mount Royal*, and more. Heaven forefend!

Mrs. Finestone: That has to do with my riding. That is terrible!

Mr. Bill McGregor (Chairman, Board of Directors, CTV Television Network Ltd.): These developments or proposals are all cumulative, and together with new copyright amendments they would reduce the funds available to finance the Canadian programming already committed to by CTV.

Mr. Ray Peters (Chairman, Executive Committee, CTV Television Network Ltd.): In closing, it is important that the committee keep in mind the value and importance of the Canadian broadcasting system that is in place now. While there is always room for improvement, there is no need to revolutionize or radically alter our system of serving the Canadian public.

What is needed, we suggest, is a thoughtful review of the policies and practices now in place, to ensure that they continue to meet and serve today's public needs and expectations and, at the same time, that they respond to the economic realities of the Canadian broadcasting industry and, more specifically, the Canadian broadcasting marketplace. The achievement of that objective is made difficult by the statements of the Minister of Communications, who now appears to be suggesting that the private sector of the Canadian broadcasting system should be regulated more tightly, that regulatory obligations should be increased, and that for failure to comply stiffer fines should be levied.

[Translation]

la programmation canadienne. Le gouvernement a décidé de limiter les déductions fiscales des Canadiens qui investissent dans des productions canadiennes. Nous savons déjà que CTV a dû abandonner son projet de réalisation de 70 heures d'émissions—longs métrages, mini-séries, émissions de longue durée—des projets sérieux que nous envisagions pour la prochaine saison.

Les problèmes de financement et d'administration de la télévision ont créé des difficultés graves pour ceux qui garantissent les productions canadiennes actuelles et futures et ont mis en péril au moins quatre projets importants envisagés pour la grille horaire de la prochaine saison.

Aujourd'hui, le ministre des Communications laisse entendre que les radiodiffuseurs devraient cautionner leurs promesses de réalisations ou que l'on devrait adopter des mesures punitives, comme une surtaxe fédérale de 8 p. 100 sur le revenu de la radiodiffusion, ou une augmentation des redevances actuelles, pour assurer une plus grande contribution ou une meilleure adhésion aux promesses de réalisations. La taxe représenterait une contribution minimum de 12 millions de dollars pour CTV—ce qui ne tient pas compte de la contribution des stations affiliées à son réseau, des stations privées ni des indépendants—et c'est 12 millions de dollars de moins à consacrer à la réalisation d'émissions canadiennes. Dieu nous en préserve, mais nous serons peut-être obligés de mettre fin à la production d'une série dramatique comme *Mount Royal*, entre autres.

Mme Finestone: Quelle catastrophe! Cela me touche de très près.

M. Bill McGregor (président du conseil d'administration, CTV Television Network Ltd.): L'effet de ces propositions ou mesures est cumulatif, sans parler des amendements à la Loi sur le droit d'auteur, ce qui rognera davantage les fonds dont CTV a besoin pour réaliser les programmes canadiens promis.

M. Ray Peters (président, comité exécutif, CTV Television Network Ltd.): En terminant, je dirais qu'il est important que le Comité n'oublie pas la valeur et l'importance que revêt le système canadien de radiotélédiffusion actuel. Il est bien entendu susceptible d'améliorations, mais il n'est pas nécessaire de le bouleverser complètement ni de le modifier de fond en comble pour pouvoir desservir la population canadienne.

À notre avis, ce qu'il faut, c'est un examen approfondi des politiques et des pratiques actuelles, pour s'assurer qu'elles continuent à répondre aux besoins actuels de la population, qu'elles suivent l'évolution économique de l'industrie canadienne de la radiodiffusion et, plus précisément, l'évolution du marché canadien. Les déclarations du ministre des Communications ne facilitent guère la réalisation de cet objectif; il semble désormais laisser entendre que le secteur privé du système canadien de radiotélédiffusion devrait être plus rigoureusement contrôlé, que les conditions de réglementation devraient être plus sévères, que des promesses de réalisations non tenues devraient signifier de lourdes amendes.

[Texte]

Every member of this committee knows that the bottom has fallen out of the world-wide financial market and that the future looks a lot less attractive than it did about a month ago. You also know that the CRTC has imposed significant and very costly conditions on the renewal of CTV's licence last March. These go into effect with the licence-year we are in now and will be spread over the next five years. The obligations we have taken on are going to be extremely costly, and we are really not sure at this point whether the marketplace is going to be able to make it possible for us to meet those obligations.

That completes our comments, Mr. Chairman. My colleagues and I would be delighted to answer any questions you and your committee might have.

The Chairman: Mr. Gormley.

Mr. Gormley: It is good to see you gentlemen again before the committee, and welcome. I have two general lines of questioning. Perhaps we will start first with your concerns about the carrot and/or the stick with regard to promise of performance and recent statements by the Minister to that effect.

Perhaps I should ask you first, given the Caplan-Sauvageau recommendation and the Minister's comments and your concern about this, what is the best approach. Should the present promise of performance ability or right stay in place, or should there be either tougher regulation or a tougher method of licensing to ensure that this sort of thing occurs in Canadian production?

Mr. McGregor: Perhaps our quick answer would be that it is difficult to give you both or to use both. Obviously in any situation a carrot works better than a stick. Inherent in your question, however, is also a suggestion that in fact we are not delivering. We have trouble with that because in fact our track record indicates that we have met all of the regulatory obligations, at all times. That is a network track record that is on the record and indeed is true.

• 1730

We have met all of the conditions of licence, and the CRTC has never found fault with that. Perhaps they found fault when it came to negotiating with us at the time of licence renewals, at the eagerness with which we took new initiatives. Now, that is an area where it is a matter of opinion, as to whether we are going as quickly as they would like, whether indeed we are achieving the objectives they like.

The government's action in setting up Telefilm Canada, and indeed in funding it over the last couple of years, has been a very important factor in making a quantum leap in the quality and quantity of major television dramatic programming. This is the area that has been criticized most frequently. This of course has shaken the whole

[Traduction]

Tous les membres de ce Comité savent que le marché financier s'est effondré partout et que les perspectives sont nettement moins roses qu'elles ne l'étaient il y a un mois. Vous savez également que le CRTC a imposé de nouvelles exigences fort coûteuses à CTV lors du renouvellement de sa licence en mars dernier. Ces dispositions entrent en œuvre à l'expiration de l'année de licence actuelle et courent sur les cinq prochaines années. Ces nouvelles obligations vont être très onéreuses, et nous ne savons pas dans quelle mesure les conditions du marché nous permettront d'y faire face.

Ceci termine notre exposé, monsieur le président. Mes collègues et moi-même serons ravis de répondre aux questions, si vous en avez.

Le président: Monsieur Gormley.

M. Gormley: Nous sommes ravis de vous revoir devant nous, messieurs. J'ai deux types de questions à vous poser. Nous pourrions peut-être commencer par vos inquiétudes quant à la politique du bâton et de la carotte relative aux promesses de réalisations, ainsi qu'aux déclarations faites à cet égard récemment par le ministre.

J'aimerais tout d'abord vous demander, étant donné les recommandations du rapport Caplan-Sauvageau, les observations du ministre et votre inquiétude, quelle serait la meilleure solution. Devrait-on maintenir tels ou tels critères relatifs aux promesses de réalisations, ou devrait-on adopter un règlement plus dur, ou imposer des conditions de licence plus difficiles, pour s'assurer que ces promesses de réalisations se traduisent par des productions canadiennes?

M. McGregor: Pour répondre rapidement, je vous dirais qu'il est difficile d'utiliser les deux à la fois. Il est évident que la carotte donne toujours de bien meilleurs résultats que le bâton. En posant votre question, vous laissez sous-entendre que nous ne tenons pas nos promesses de réalisations. Si nous avons des difficultés, c'est parce que notre dossier indique que nous n'avons pas toujours rempli toutes nos obligations réglementaires. C'est dans notre dossier, et c'est exact.

Le CRTC ne nous a jamais reproché de ne pas avoir respecté les conditions d'octroi de notre licence, et pour cause. Ce qu'il nous a reproché, au moment où nous avons présenté notre demande de renouvellement de licence, c'est la célérité manifestée dans l'adoption d'initiatives nouvelles. Or, il s'agit là manifestement d'une question d'opinion, à savoir si nous procédons aussi rapidement qu'il le souhaite et si nous réalisons les objectifs qu'ils ont en vue.

C'est grâce à l'initiative du gouvernement qui a créé Téléfilm Canada, et qui l'a fondé depuis quelques années, que nous avons pu accroître sur le plan quantitatif et qualitatif la production de dramatiques télévisées. Or, ce qu'on reproche le plus fréquemment aux radiodiffuseurs, c'est le manque de dramatiques. Tout ceci a bouleversé

[Text]

industry. A few minutes ago the production side stated that there are difficulties.

We are hoping that an investigation and perhaps a sympathetic government will maintain what has been a really remarkable degree of momentum in the production side. That may be a very long version of an answer to a short question.

Mr. Gormley: I certainly understand what you are saying, Mr. McGregor. I think if you elaborate on the carrot approach, if one takes the present powers of the commission, for example—I am not saying anything implicit. Generally I am accused on this committee of saying things too explicitly. Should there be through licensing, or through an arrangement with the commission, the ability to offer a carrot to those companies, for whatever reason, which decide they can proceed at a faster pace than their promise of performance? Should there be the ability to reduce licence fees or somehow reward that licensee?

Mr. McGregor: Let me give you the short answer, which is yes, and then ask Mr. Peters to fill in just a bit.

Mr. Peters: I had hoped you would let me skip this one. I agree with my colleagues on the basis of a carrot. I have two concerns. I am not sure I am going to deal with your question, but let me deal very briefly with the two concerns.

At the moment you have the commission, which is applying very heavy conditions of licence. I am very concerned about the marketplace. I am very concerned about the Canadian economy. I am very concerned about whether the marketplace is going to generate enough dollars for us to fulfil all of the obligations that the CRTC has put upon the licence for the CTV Network.

Now, forget whether we want to do it or do not want to do it. If there is a better way of doing it, if there is a way in which we can produce Canadian programming, we want to do it. But we can only do it as long as the marketplace is generating those dollars. Now, you cannot have both. You cannot say here is a great big load of conditions on your licence and then turn around and say we want to make certain that we add an incentive here, so you have to put up a performance bond. We are going to accelerate the licence fees. If you do better than you say you are going to do, we will take a discount or we will pay you back money.

My view is that I do not think you can have both. You either put heavy conditions on the licence and forget about the performance bonds, or you do the performance bond and forget about the conditions of licence.

Mr. McGregor: I think Ray's version suggests a kind of crooked carrot. That sounded to me as if you were carrying the load and then got an incentive. I think that may not be the kind of incentive you have in mind.

[Translation]

l'industrie. Il y a quelques minutes, des producteurs nous parlaient de leurs difficultés.

Nous espérons qu'après enquête, le gouvernement décidera de maintenir l'élan initial donné, côté production. Ma réponse était bien longue pour une question très courte.

M. Gormley: Je vous suis très bien, monsieur McGregor. Je pense que si l'on insiste sur l'aspect carotte, si l'on prend par exemple les pouvoirs actuels du conseil... je ne sous-entends rien. En général, à ce Comité, c'est du contraire qu'on m'accuse. Est-ce qu'il devrait être possible, lors de l'octroi de la licence, ou par le truchement d'un accord quelconque avec le conseil, d'offrir une carotte à ces compagnies pour les encourager à raccourcir encore les délais précisés dans les promesses de réalisations? Est-ce qu'on pourrait encourager le détenteur de licence, par exemple, en diminuant ses redevances?

M. McGregor: Pour vous répondre brièvement, oui, c'est possible, et je demanderais à M. Peters d'étoffer un peu ma réponse.

M. Peters: J'espérais que vous m'oublieriez. Je suis bien d'accord avec mon collègue sur la méthode de la carotte. Il y a deux choses qui m'inquiètent. Je ne sais pas exactement comment répondre à votre question, mais permettez-moi d'exposer ces deux inquiétudes très brièvement.

À l'heure actuelle, nous avons le conseil, qui impose des conditions très rigoureuses pour l'octroi d'une licence. Ce qui m'inquiète, c'est le public, c'est l'économie canadienne. Je me demande si l'industrie rapportera suffisamment pour permettre au réseau CTV de remplir toutes les obligations de la licence imposées par le CRTC.

Laissons de côté pour l'instant le fait qu'on ait envie ou pas de le faire. S'il y a une meilleure façon de procéder, si l'on peut effectivement réaliser des émissions canadiennes, c'est cela qui nous intéresse. Mais on ne peut le faire que dans la mesure où le marché nous rapporte suffisamment. Or, les deux sont incompatibles. On ne peut pas d'une part imposer toutes sortes de conditions à l'octroi d'une licence et exiger ensuite qu'on verse une caution, au cas où on ne remplirait pas nos promesses de réalisations. Ou bien menacer de hausser les redevances. Ou bien dire qu'on aura droit à un rabais ou à un remboursement si on fait mieux que promis.

À mon avis, on ne peut pas faire les deux. Soit qu'on impose des conditions plus dures pour l'octroi d'une licence et qu'on oublie les cautions, soit qu'on impose les cautions et qu'on oublie les conditions d'octroi de la licence.

M. McGregor: Je pense que Ray voit la méthode de la carotte d'une façon un peu biscornue. C'est un peu comme si vous étiez l'âne bête et qu'on vous encourage ensuite. Ce n'est probablement pas le genre

[Texte]

Murray will add to this, because I think it is a very important subject.

[Traduction]

d'encouragement que vous aviez à l'esprit. Vu l'importance du sujet, Murray va compléter ma réponse.

• 1735

Mr. Chercover: I agree with Mr. Peters absolutely. You cannot have an independent agency imposing specific conditions as to program category, expenditure, and time of scheduling, and concurrently put in a penalty, which is only retrieved as a carrot after the achievement or over-achievement, because the two will break the back of the donkey that normally likes to eat carrots. That is number one.

Number two, this is a shocking statement, which people have reeled back from. The simple fact of the matter is that our American programming has been maximized in performance and it will grow only to the extent that there is an increase in television set homes in this country, which is factored by some to be at the rate of 1.5% growth in households a year, maximum. Obviously the solution for more resources to apply to Canadian programming does not rest in those areas. CTV, at least three years ago, first said:

Our future lies in enhancing the quality and performance of our Canadian program schedule, not in adding more foreign, not in endeavouring to milk the cow that's just been milked.

We have the maximum audience with scheduling that simulcasts can allow and we are not going to grow in that area. The only place for growth—and just to give you the figures, when we began operating, we used to look at 300,000 viewers as a very significant achievement. We then raised our target with Canadian programming to 500,000 viewers and we achieved that. We then said, we had to get 750,000 viewers, and we achieved that. We now break 2 million regularly and we average over 1.17 million on all our prime-time Canadian programming. That is performance comparable to American programs, imported into Canada and played not in simulcast, which means that we have already reached that level of competitive audience attraction. Now, we are not going to get the Canadian programs in simulcast, nor are we going to be able to maintain as much simulcast as we would like to for the simple reason the commission is now dictating the time and place in the schedule that programs play.

Mr. Gormley: I am going to interrupt you, Mr. Chercover, because I want to put you in the visionary mode and I am informed I have two minutes in which to make us each broadcasting visionaries.

The Chairman: You either smoke something or eat something.

Mr. Gormley: CTV will spend, to quote from your brief, over \$400 million in Canadian programming in the

M. Chercover: Je suis bien d'accord avec M. Peters. On ne peut pas avoir une agence indépendante qui impose des conditions précises quant aux catégories d'émissions, aux dépenses, à l'heure de programmation et qui impose parallèlement une amende, qui ne se transforme en carotte que si l'on a tenu ses promesses ou qu'on en a fait plus, parce qu'avec les deux, vous briserez l'échine de l'âne qui normalement aime bien les carottes. Cela, c'est mon premier point.

Le deuxième, c'est qu'il s'agit là d'une déclaration choquante, qui fait frémir. Le fait est que l'on reçoit déjà le maximum d'émissions américaines et que le pourcentage ne croîtra que dans la mesure où les Canadiens achèteront plus de téléviseurs, ce taux de croissance étant établi à 1.5 p. 100 maximum par année. Ce n'est donc pas là qu'il faut chercher les ressources supplémentaires à consacrer à la programmation canadienne. Il y a trois ans déjà, CTV a été le premier à déclarer:

Notre avenir dépend de l'amélioration de la qualité et de la popularité des programmes canadiens, et pas d'une plus grande quantité d'émissions étrangères, car cette source-là est tarie.

Notre grille horaire attire le plus grand auditoire possible avec les substitutions de signaux, et il n'est pas question d'augmenter là notre cote d'écoute. La seule façon—et pour vous donner des chiffres, au tout début, nous considérons qu'un public de 300,000 personnes pour nos émissions canadiennes, c'était une réalisation remarquable. Et puis nous avons fixé 500,000 téléspectateurs comme objectif, et nous l'avons atteint. Puis, cela a été 750,000 téléspectateurs, et nous avons atteint cet objectif-là également. Aujourd'hui, nous dépassons régulièrement les 2 millions et la moyenne est de 1,17 million pour les émissions canadiens aux heures de grande écoute. Notre cote d'écoute se compare à celle des émissions américaines importées au Canada, qui ne sont pas diffusées en simultané, ce qui montre bien qu'elle est tout à fait concurrentielle. Or, il n'est pas question de diffuser les émissions canadiennes en simultané ni d'avoir autant d'émissions en simultané qu'on le souhaiterait, tout simplement parce que c'est la commission qui décide d'ores et déjà la place des émissions dans la grille horaire.

M. Gormley: Permettez-moi de vous interrompre, monsieur Chercover, car j'aimerais que vous braquiez votre lorgnette sur l'avenir, et on me signale que nous n'avons que deux minutes pour connaître ce qu'il nous réserve.

Le président: Vous pourriez toujours fumer ou grignoter quelque chose.

M. Gormley: Pour citer votre mémoire, CTV va consacrer plus de 400 millions de dollars à la

[Text]

next five-year period. We have heard from the People's Network about a 1991 proposal, 95% Canadian content, and this sort of thing. In terms of corporate planning, could you enlighten us somewhat? How is the \$400 million proposed to be spent, on what type of production, what type of programming and where is it coming from?

Mr. Chercover: It goes across the entire spectrum of programming. A large proportion of it is in the dramatic category, but there are new endeavours in the area of children's programming. It will obviously not be in peak viewing hours, but some of the specials will be in peak viewing hours.

Our news and information service, which in fact no one criticizes. . . The commission always gives us a happy back of the hand, saying we have done great in all of that area, but to now forget it and get on with the new objectives. The new objectives are no more important, in fact perhaps less important. Fictional programming has an importance, but it is not as important as relating Canada to Canadians and region to region, which is done primarily in information programming.

Mr. Gormley: Are you going to be pinned down from 7½% now to some other percentage in five years?

Mr. Chercover: No, because there is no point in increasing percentages with a 60:40 basic regulation, combined with a 50% in prime-time regulation. We have effectively a position where we are required to deliver, in terms of the total service, 65% Canadian. We exceed that. We exceed the 50% in prime time. We exceed the 60% overall and the 65% that is required. There is absolutely no benefit to be gained by the Canadian public and/or by the production industry by increasing volumetrically. We have to increase the performance of the Canadian programming quality.

• 1740

Mrs. Finestone: That is a very interesting observation. It leads me to ask you this question. There is a proposal to reduce the capital cost by degrees; there is another to write it off 100% in one year. What do you think of introducing it as a tax credit to corporations doing the productions?

Mr. Chercover: The question is tax credits to whom?

Mrs. Finestone: The production industry.

Mr. Chercover: The production industry itself is not comprised of a lot of large corporate entities in a profit-making position.

Mrs. Finestone: Would this not help them to become more stable and more dependent on people interested in Canadian content?

[Translation]

programmation canadienne au cours des cinq prochaines années. Le réseau *People's Network* nous a parlé d'une proposition réalisable en 1991, avec 95 p. 100 de contenu canadien, entre autres. Pourriez-vous nous donner une idée des plans de votre réseau? Comment entendez-vous dépenser ces 400 millions de dollars, à quel type d'émissions, à quel genre de programmation et d'où proviennent ces fonds?

M. Chercover: Cela couvrirait toutes sortes d'émissions. Une bonne partie serait consacrée à la réalisation de dramatiques, mais on a prévu également des émissions pour enfants. De toute évidence, elles ne passeront pas sur les ondes aux heures de forte écoute, mais certaines émissions spéciales seront diffusées en soirée.

Nos bulletins de nouvelles et d'informations, que personne d'ailleurs ne critique. . . Le Conseil nous dit toujours qu'on s'en tire très bien dans ce domaine-là mais qu'il ne faut pas se reposer sur ses lauriers et qu'il faut s'attaquer à de nouveaux objectifs. Or, les nouveaux objectifs ne sont pas plus importants que cela, moins importants en fait. Même si les émissions de divertissement ont leur raison d'être, il est toutefois plus important de maintenir le contact entre le Canada et les Canadiens d'une région à l'autre, ce qui se fait essentiellement par le truchement de bulletins d'informations.

M. Gormley: Est-ce que d'ici cinq ans votre pourcentage ne sera plus 7,5 p. 100 mais un pourcentage différent?

M. Chercover: Non, parce que, si le règlement impose un rapport 60:40 et le même temps d'antenne aux heures de pointe, il ne sert à rien d'augmenter le pourcentage. En fait, dans l'ensemble, nous devons diffuser 65 p. 100 d'émissions canadiennes. Nous en faisons plus, nous dépassons le pourcentage imposé aux heures de grande écoute. Dans l'ensemble, nous dépassons les 60 p. 100 et les 65 p. 100 exigés. Si l'on augmentait ces pourcentages, cela ne rapporterait rien, ni au public canadien ni à l'industrie de la production. Ce qu'il faut, c'est augmenter la qualité des émissions canadiennes.

Mme Finestone: Quelle intéressante observation! Cela me pousse à vous poser une question. On envisage de réduire progressivement la déduction pour amortissement et également de tout amortir en un an. Que diriez-vous de l'idée d'un crédit d'impôt qu'on accorderait aux sociétés qui réalisent les émissions?

M. Chercover: Des crédits d'impôt à qui?

Mme Finestone: A l'industrie de la production.

M. Chercover: L'industrie de la production elle-même ne compte pas beaucoup de grosses sociétés rentables.

Mme Finestone: Est-ce que cela ne leur permettrait pas de se stabiliser et de dépendre davantage d'un public qui s'intéresse au contenu canadien?

[Texte]

Mr. Chercover: They would have to get into a tax-paying position before it benefits them.

Mrs. Finestone: So what kind of incentive could replace the capital cost allowance?

Mr. Chercover: First of all, the demand did not come as a consequence of the capital cost allowance.

Mrs. Finestone: That is one of the reasons Mr. Sirois gave at our committee.

Mr. Chercover: Well, he may have. He has given us some interesting reports as well—which have turned out to need further examination.

The bottom line is the system ain't broke. The production industry is growing. The foundation of that production industry, the basic economic foundation, is a consequence of the broadcasters commitment, which triggers Telefilm, which automatically brings in the capital cost allowance investment.

If you leave the investment credit in the capital cost allowance arrangement, then the funding does not fall apart. Let us forget what happened with Telefilm most recently, which will not be overcome in terms of program output for 18 months to 2 years. It will not be overcome, because there is nothing left for next year.

If you take out the broadcaster, because the economy does not allow him to make these commitments, then Telefilm has nothing to commit on. If you take out the financing, the Telefilm and the broadcaster's commitment alone will not be enough to make it fly.

The production industry's future is dependent on having the support of the broadcast fund sector and Telefilm, together with the ability to attract private investment.

Mrs. Finestone: A third, a third, a third?

Mr. Chercover: No, it varies dramatically. In a theatrical feature that ultimately makes its way to television, the percentage of our contribution on a precommitment basis, which may trigger Telefilm's involvement, may be as low as 5% or 10%. With regular series programs made for television, our commitments are usually in the range of one third.

If we were sitting here with a mature broadcasting production industry, with profit-making organizations that could generate a tax credit, that would be a different matter. But most individual program projects are incorporated individually. The individuals are virtually freelance producers, and the corporate entities do not now have sufficient resources.

• 1745

Mrs. Finestone: I was looking for additional incentives. In reading your brief I had a sense that you were saying to

[Traduction]

M. Chercover: Avant que cela ne leur profite, ils devraient faire suffisamment de bénéfices pour pouvoir payer des impôts.

Mme Finestone: Alors, vous proposez de remplacer la déduction pour amortissement par quoi?

M. Chercover: Tout d'abord, la demande n'était pas motivée par la disparition de la déduction pour amortissement.

Mme Finestone: C'est pourtant là un des motifs invoqués par M. Sirois devant notre Comité.

M. Chercover: C'est peut-être un de ses motifs. Il nous a également donné des rapports intéressants qui se sont révélés fort incomplets.

Ce qui est important, c'est qu'on ne fasse pas faillite. L'industrie de la production est en plein essor. La base même de cette industrie, sa base économique, est fonction des engagements pris par les radiodiffuseurs, ce qui nous mène à Téléfilm, ce qui nous mène tout droit aux investissements et à la déduction pour amortissement.

Si vous maintenez le crédit pour investissement dans les dispositions relatives à la déduction pour amortissement, pas de problème. Laissons de côté ce qui est arrivé avec Téléfilm tout récemment car le problème ne sera pas résolu avant 18 mois ou deux ans, vu qu'il ne reste plus un sou pour l'année prochaine.

Si on laisse de côté le radiodiffuseur, la situation économique ne lui permettant pas de prendre de tels engagements, que va faire Téléfilm de son argent? Si vous laissez de côté les autres sources de financement, les engagements pris par Téléfilm et par le radiodiffuseur lui-même ne permettront même pas de se mettre sur la ligne de départ.

L'avenir de l'industrie de la production dépend à la fois de l'aide fournie par le fonds de radiodiffusion et par Téléfilm, ainsi que de la possibilité d'attirer des capitaux privés.

Mme Finestone: Un tiers, un tiers, un tiers?

M. Chercover: Non, les pourcentages varient grandement. Pour une pièce de théâtre qui est finalement filmée pour la télévision, nous ne pouvons offrir que 5 ou 10 p. 100 de contributions à l'avance, ce qui pourra encourager Téléfilm à continuer également. Pour les séries d'émissions réalisées pour la télévision, en général, nous promettons le tiers des fonds.

Si l'industrie de la radiodiffusion était déjà bien en place, si elle était composée d'organismes rentables susceptibles d'utiliser un crédit d'impôt, les choses seraient bien différentes. Mais la plupart des émissions sont réalisées par des particuliers, autrement dit des producteurs virtuellement indépendants, et les sociétés de radiotélédiffusion n'ont pas de ressources suffisantes.

Mme Finestone: Je songeais à de nouvelles mesures d'encouragement. En lisant votre mémoire, j'ai eu

[Text]

us that you do not think we can do much better on Canadian content and that although you should increase the quality, you cannot increase the quantity, and the regulations do not necessarily do this. I would like to suggest to you that in chatting with the member from Australia who was in here earlier, it is obvious that if there is political will, you can have a country that will produce.

Mr. Chercover: I have to respond to this. Mrs. Finestone, the chairman of our commission has just returned from Australia. It is the first time he has seen the broadcasting system in operation over there and the programming that they do. I do not know if you have been there and watched it.

Mrs. Finestone: I have not.

Mr. Chercover: Please go, quickly. Go to England, quickly. I will tell you—

Mrs. Finestone: Do not tell us because we have to go ourselves.

Mr. Chercover: —that you will find there is no broadcasting system anywhere, public, private, combined or otherwise, anywhere in the western world that produces the quality of service Canadian viewers enjoy from the Canadian broadcasting system. This is a fact, not a fiction. All those who go to London say, after spending two weeks in London and watching all four channels, they are bored stiff right out of their minds. The fact of the matter is that in the history of the Australian production thrust, you have two successes.

Mrs. Finestone: *Crocodile Dundee* and *Thornbirds* or something, I guess.

Mr. Chercover: No, it was shot in California by a Canadian director and an American producer.

Mrs. Finestone: Shoot that accident.

Mr. McGregor: You have the chairman of the CRTC here quite regularly, I know. Let me in all honesty ask you to please make a note of it and to ask this very question of him on the next opportunity you get. I was quite surprised when he spoke to me of it and he has obviously spoken to Murray at a different time. He gave us both the exact same message, and that is that we are great.

Mrs. Finestone: Regarding the telex you sent to the Minister on October 19 along with six other colleagues, which had also been sent on October 6 to Telefilm Canada itself, have you had an answer from the Minister yet? If so, when are you meeting with her?

Mr. Chercover: Friday at 1.30 p.m.

Mrs. Finestone: I guess asking the question in the House helped, gentlemen.

On page 7 of your brief, you state that the broadcasters cannot accept the status quo with respect to Canadian programming. Then on pages 19 and 20 you reject the task force recommendation with respect to Canadian

[Translation]

l'impression qu'il n'y avait pas grand-chose à faire sur le plan du contenu canadien, que même si l'on pouvait augmenter la qualité, il n'était pas possible d'augmenter la quantité et que les règlements ne garantissaient rien. J'ai eu une conversation avec un député australien qui était là tout à l'heure et je vous dirais, à la lumière de cette conversation, qu'il ressort que, lorsque la volonté politique existe, la production suit.

M. Chercover: Permettez-moi de réagir. Madame Finestone, notre président vient juste de rentrer d'Australie. C'est la première fois qu'il a eu l'occasion de voir comment fonctionnait le système de radiodiffusion là-bas et le genre d'émissions qui y étaient réalisées. Je ne sais pas si vous avez eu l'occasion de voir ces émissions.

Mme Finestone: Non.

M. Chercover: Eh bien faites-le, et vite. Faites vite un voyage en Angleterre. Je vous dirais. . .

Mme Finestone: Ne nous dites pas d'aller sur place nous-mêmes.

M. Chercover: . . . que vous ne trouverez nulle part un système de radiodiffusion, qu'il soit public, privé, une combinaison des deux ou quoi que ce soit d'autre, dans le monde occidental qui offre un service d'aussi haute qualité que celui offert au public canadien par le système national de radiodiffusion. C'est la réalité, pas de la fiction. Tous ceux qui vont à Londres vous disent qu'après avoir passé quinze jours à regarder les quatre chaînes de télévision, ils sont morts d'ennui. Le fait est que les Australiens ont réalisé deux émissions très populaires.

Mme Finestone: *Crocodile Dundee* et *Les oiseaux se cachent pour mourir*, je suppose.

M. Chercover: Non, il s'agit d'émissions filmées en Californie, avec un directeur canadien et un producteur américain.

Mme Finestone: Oubliez cela.

M. McGregor: Je sais que le président du CRTC comparait devant vous régulièrement. Je vous demanderais de prendre note de ma question et de la lui poser à la première occasion. J'ai été fort surpris quand il m'en a parlé et, de toute évidence, il en avait déjà parlé à Murray. Il nous a communiqué à tous les deux exactement le même message, autrement dit qu'il est très fier de nous.

Mme Finestone: Avez-vous eu une réponse au télex que vous avez envoyé au ministre le 19 octobre avec vos six collègues, et dont copie a été envoyée le 6 octobre à Téléfilm Canada? Quand la rencontrez-vous?

M. Chercover: Vendredi à 13h30.

Mme Finestone: Je pense, messieurs, qu'il a été utile de poser la question en Chambre.

À la page 7 de votre mémoire, vous déclarez que les radiodiffuseurs ne peuvent désormais plus tolérer le statu quo relativement à la programmation canadienne. Puis, aux pages 19 et 20, vous rejetez la recommandation du

[Texte]

content. Yet you have just told us that you go over the Canadian content, so I am a little confused about it.

On page 21, you also reject reliance on conditions of licence to enforce the promises with respect to Canadian programming. What measures do you propose to ensure that the status quo is changed and that quality plus quantity might be seen when I turn on the box and look at the little picture? What am I going to see? How are you going to improve my screen and provide more Canadian variety, even if it is 10 times better than Australia's? I see a series of contradictions in it.

Mr. Chercover: There are no contradictions. We are saying that volume conditions are not applicable and do not result in productivity. We are not saying quality. We are striving for an enhanced quality and range of production we could never afford on the basis of the economics of the industry heretofore.

You have to recognize that CTV is a network. It provides a service in reserved time of approximately 38 hours a week. It provides a total service of just over 60 hours a week to each of its affiliated stations, which in turn broadcast in the range of 140 hours a week.

CTV as an entity is part of a bigger entity. If we overachieve in volume terms, it is because our shareholder affiliates have elected to have us operate in this mode. This may be balanced in volume terms by what they do regionally. We cannot do without the regional services and we cannot do without the national programming. It is not a question of volume, but a question of scope, quality, input and creativity. That is where the quality enhancement comes.

• 1750

Mrs. Finestone: You just said that as a result of what happened with Telefilm Canada, you are going to have problems for the next 18 months. Your television stations are going to have it reflected three years down the road. You cannot say that on the one hand and say what you have just said on the other hand.

Mr. Chercover: No, but Telefilm Canada had not done its dive when we wrote this.

Mrs. Finestone: What will be the impact if did they not sign on something you were counting on? What did they not sign on and how will it impact your Canadian content?

Mr. Chercover: Despite Mr. Sirois's visit and the written submission they left with us having to with their commitment, I do not know exactly what they have committed. We asked them for a report on what they had attributable to us on their books because we could not find it in the documentation they presented to us last Monday.

[Traduction]

groupe de travail relative au contenu canadien. Pourtant, vous venez de nous dire que vous êtes en faveur du contenu canadien, je ne sais donc plus où j'en suis.

À la page 21, vous rejetez l'idée d'imposer certaines conditions à l'action d'une licence pour obliger les radiodiffuseurs à tenir leurs promesses de réalisation en matière d'émissions canadiennes. Quelle mesure proposez-vous pour modifier le statu quo et me garantir à la fois qualité et quantité quand je m'assois devant le petit écran? Quelle sorte d'émission vais-je voir? Comment ferez-vous pour m'offrir une plus grande variété d'émissions canadiennes, même si elles sont dix fois meilleures que les émissions australiennes? Il y a une certaine contradiction ici.

M. Chercover: Pas du tout. Nous affirmons qu'imposer la réalisation d'un chiffre minimum d'émissions canadiennes n'augmentera pas la productivité. Nous ne parlons pas de la qualité. La qualité qui nous intéresse et le choix d'émissions que nous aimerions offrir sont impensables avec la réalité économique actuelle.

N'oubliez pas que CTV est un réseau qui a environ 38 heures d'antenne réservées par semaine. Cela représente au total un peu plus de 60 heures par semaine pour chacune des stations qui lui sont affiliées et qui, à leur tour, rediffusent environ 140 heures d'émissions par semaine.

CTV est un tout qui fait partie d'un tout plus grand. Si nous surproduisons, c'est parce que les stations qui nous sont affiliées en ont décidé ainsi. L'équilibre peut être rétabli par les productions régionales. Il est impossible de survivre sans les services régionaux et sans les programmes de réseau. Ce n'est pas simplement une question de volume, mais une question de choix, de qualité, de contribution et de créativité. Et c'est là que la question de la qualité entre en jeu.

Mme Finestone: Vous venez de dire qu'à cause de ce qui s'était passé à Téléfilm Canada, il y aurait des problèmes pour les 18 prochains mois. Les répercussions se feront sentir pendant trois ans pour vos stations de télévision. Comment pouvez-vous dire cela et dire ce que vous venez de dire en même temps?

M. Chercover: C'est qu'au moment où on l'a écrit notre mémoire, Téléfilm Canada avait encore des sous.

Mme Finestone: Qu'est-ce qui va arriver si vous comptiez sur eux et qu'ils n'ont rien signé? Qu'est-ce qu'ils n'ont pas signé? Dans quelle mesure est-ce que cela influera sur votre contenu canadien?

M. Chercover: En dépit de la visite de M. Sirois et de la lettre qu'ils nous ont laissé en ce qui concerne leur engagement, je ne sais pas à quoi ils s'étaient engagés au juste. Nous leur avons demandé de nous dire ce qu'ils avaient réservé pour nous dans leurs livres, parce que, dans les documents qu'ils nous ont remis lundi dernier, nous n'avons rien trouvé.

[Text]

In the report subsequently filed with us, we found a program series attributed to us which had been produced in the facilities of one of our affiliates for the CBC at \$650,000. We found two feature films attributed to us which were produced in association with one of our other affiliates. It had nothing to do with CTV, was not licensed by CTV and had no involvement of CTV.

Mrs. Finestone: Had you anticipated something from them that you did not see?

Mr. Chercover: We have anticipated and brought to them a number of properties. We have that wonderful verbal phrase that we really like this project and are going to be there with you when all the rest of the pieces are put together. If Telefilm Canada stopped trying to be a studio and started responding only when they have a broadcast letter to the producer, part of this problem will be diminished. They are operating unilaterally and committing for projects which have not yet had our commitments, CBC's, Global's or anybody else's. We have innumerable examples of that, but I can not give you the details because I cannot be satisfied that I have the facts.

Mrs. Finestone: Mr. Chercover, I do not know if you were in the room when we announced that we would be meeting with Telefilm Canada. I have been particularly disturbed by the answers given to us in the committee. It would facilitate our task if you would be good enough to deposit the letter which indicates what they are supposed to be doing. Could you note what is not yours? I would appreciate it before November 17.

Mr. Chercover: I will do the best I can. I have not broken down their submission to us in totality because it was so patently wrong. We simply said we rejected the report because it is inaccurate. Name four places where it was inaccurate—

Mrs. Finestone: Was it a report that covered all seven of you?

Mr. Chercover: No. We asked for that. Each of us received their segment independently of the others. I have not seen what Global has committed; CBC has not seen what they have committed or claimed to have committed to me, but we had a meeting today with one of the representatives of the Department of Communications in anticipation of the Friday meeting.

The broadcasters share our dismay and share the inaccuracies of the reports that we have each received. It is hoped we will finally get to the root of this. The best estimate I had was \$48 million pre-committed and a potential of \$22 million more, which was \$70 million. That means next April there is no more money of any kind if all that is gone for the following year and none of the things we have in development now can go forward.

The Chairman: Mr. Chercover, perhaps you were in the room when the next to last group to the CFTA suggested that the over-commitment was more in the order of \$63 million. You might ask what is \$7 million.

[Translation]

Dans le rapport qui nous a été remis plus tard, nous avons trouvé une série d'émissions qui ont été réalisées dans les studios d'une des stations qui nous est affiliée pour le compte de la Société Radio-Canada, à raison de 650,000\$. Nous avons trouvé deux longs métrages qui avaient été réalisés en collaboration avec une des autres stations qui nous est affiliée. Toutefois, cela n'avait rien à voir directement avec CTV.

Mme Finestone: Est-ce que vous vous attendiez à autre chose?

M. Chercover: Nous nous attendions à ce qu'ils mentionnent un certain nombre de biens. Ils nous avaient fait de belles promesses en nous disant qu'un tel projet leur plaisait et qu'une fois que tout le reste serait en place, ils seraient là eux aussi. Le problème serait résolu en partie si Téléfilm Canada cessait de se prendre pour un studio et n'intervenait qu'une fois qu'ils auraient la lettre au producteur. Ils agissent de façon unilatérale et appuient des projets qui n'ont encore été appuyés ni par nous, ni par la Société Radio-Canada, ni par Global, ni par personne d'autre. Les exemples sont légion mais je ne peux pas vous donner de détail car je ne suis pas sûr d'avoir tous les faits en main.

Mme Finestone: Monsieur Chercover, je ne sais pas si vous étiez là lorsqu'on a dit qu'on allait rencontrer les gens de Téléfilm Canada. J'étais particulièrement troublée par les réponses qui nous ont été données au Comité. Cela nous faciliterait la tâche si vous aviez la gentillesse de déposer la lettre qui précise ce qu'ils ont l'intention de faire. Pourriez-vous souligner ce qui ne relève pas de vous? J'aimerais avoir cela avant le 17 novembre.

M. Chercover: Je ferai de mon mieux. À cause de toutes les erreurs, je n'ai pas vraiment fait le tri dans cette lettre. Nous avons simplement déclaré que nous rejetons le rapport à cause de son inexactitude. Je peux vous citer quatre erreurs. . .

Mme Finestone: Était-ce un rapport commun pour vous sept?

M. Chercover: Non. C'est ce qu'on avait demandé, mais nous avons tous reçu notre propre rapport. Je ne sais pas à quoi Global s'est engagée; la Société Radio-Canada ne sait pas quels sont les engagements soi-disant pris envers moi, mais nous avons rencontré aujourd'hui l'un des représentants du ministère des Communications en guise de préparation à la réunion de vendredi.

Les radiodiffuseurs sont eux aussi consternés par les erreurs qui pullulent dans les rapports que nous avons tous reçus. Espérons qu'on pourra aller au fond du problème. Tout ce que j'ai pu voir, c'est un engagement approximatif de 48 millions de dollars, et peut-être 22 millions supplémentaires, soit 70 millions de dollars au total. Autrement dit, en avril prochain, il ne restera plus un sou et tous les projets en cours seront paralysés.

Le président: Monsieur Chercover, vous étiez peut-être là lorsque l'avant-dernier témoin qui a comparu avant la CFTA a laissé entendre qu'ils avaient plutôt engagé quelque 63 millions de dollars de plus que ce qu'ils

[Texte]

The point I am making is that it seems to have been a slapdash type of organization. You have done business with Telefilm for a lot of years, since its inception no doubt. How would you characterize—and I am asking for an expression of opinion, sir—their way of doing business over those years?

• 1755

Mr. Chercover: I have to tell you that there has been a transition. At the outset it was a most productive, collaborative, cordial, proper kind of relationship. We sat down and analysed the fund and its allocation: one-third to French, and that is fine; two-thirds to English, and that is fine; half to public, half to private. You are a big player. You will take this proportion. We were in a position whereby we were talking with their key management people about the precise amount of money to which we should address ourselves for development and ongoing production. That was the position three years ago.

This year it has all been very secretive, in-house, and totally independent of us, as the previous commentators pointed out. We have script that was accepted by the BBC Drama Department, accepted by CTV: the producer was in place, our letter of commitment was in place, the distribution was in place, the independent financing was in place, and six different readers, none of whom are known to any of us, have given negative reports of Telefilm. It is hard to characterize such an arrangement.

The Chairman: I wanted to ask you to express an opinion, and I asked the previous witnesses this. Do you think it is possible that the board of Telefilm might somehow have overstated the overcommitment to achieve some other purpose?

Mr. Chercover: That is entirely conceivable, because we cannot trace the amount of money they are now saying is committed. It certainly did not come to us. The proportion they allege came to us did not come to us, so we are trying—and incidentally we have a meeting scheduled, in addition to the meeting with the Minister, on the 19th, when Mr. Sirois is back from Martinique, to meet with Telefilm and try to deal with the specifics of these aberrant reports. That meeting is scheduled here in Toronto the day of the CFTA awards dinner.

The Chairman: As islands go, it beats Elba.

Mr. Chercover: You are right!

Mr. Caldwell: Gentlemen, it is good to see you back. Mr. Chercover, we have not had the opportunity to talk back and forth, but Mr. Peters and I have met a couple of times now. It is always interesting talking to him, and of course to the rest of you as well.

Just to sort of review, on page 5 of your brief you talk about some of the things that are a problem, that if you do not get the tax break, if you do not get money from Telefilm, if this and if that. . . We are all good Canadians,

[Traduction]

avaient. Vous pourriez toujours dire que 7 millions de dollars, ça ne fait pas une telle différence. Ce que je veux dire, c'est que cela a l'air d'un organisme de broche à foin. Vous faites affaire avec Téléfilm depuis bien des années, depuis sa création, sans aucun doute. Comment qualifieriez-vous—et c'est votre opinion que je recherche—son comportement au fil des ans?

M. Chercover: Je dois vous dire qu'il y a eu une période de transition. Au départ, nos rapports étaient des plus productifs et des plus cordiaux. Ils étaient animés d'un bon esprit de collaboration. On examinait de concert la répartition des fonds: un tiers pour le français, bon, deux tiers pour l'anglais, bon; moitié pour le secteur public, moitié pour le secteur privé. Vous êtes important, alors vous prenez cette proportion. Nous avions accès aux principaux décideurs et nous pouvions savoir le montant précis sur lequel nous pouvions compter pour la création et la production. C'était encore le cas, il y a trois ans.

Cette année, tout s'est fait en secret, en privé, à notre insu, comme les témoins antérieurs l'ont souligné. Nous avions un scénario que le département des émissions dramatiques de la BBC avait accepté, que CTV avait accepté: le producteur avait été choisi, notre lettre d'engagement avait été rédigée, la distribution et le financement autonome étaient prévus, et six lecteurs différents, qu'aucun de nous ne connaît, ont envoyé des rapports négatifs à Téléfilm. Il est difficile de qualifier un tel arrangement.

Le président: Je voulais que vous exprimiez une opinion, que j'ai d'ailleurs demandée aux témoins antérieurs. Croyez-vous que le conseil d'administration de Téléfilm ait pu exagérer ses engagements afin de réaliser certains autres objectifs?

M. Chercover: C'est tout à fait concevable, car nous ne savons pas à qui les sommes engagées ont été remises. Chose certaine, nous n'avons rien reçu. Ce qu'on affirme nous avoir donné, nous ne l'avons pas reçu, de sorte que nous tentons—soit dit en passant, en plus de rencontrer la ministre, nous devons avoir une entrevue avec les gens de Téléfilm le 19, lorsque M. Sirois reviendra de la Martinique, afin de faire une mise au point au sujet de ces rapports aberrants. Cette rencontre aura lieu à Toronto, le jour où doit avoir lieu le dîner de gala de la CFTA.

Le président: En fait d'île, c'est mieux que l'île d'Elbe.

M. Chercover: Vous avez raison!

M. Caldwell: Messieurs, je suis ravi de vous revoir. Monsieur Chercover, nous n'avons pas eu l'occasion de causer ensemble, mais M. Peters et moi-même, nous nous sommes rencontrés deux ou trois fois. Toute conversation avec lui est toujours intéressante, ce qui est vrai aussi, bien entendu, pour vous autres.

Je reviens à la page 5 de votre mémoire, où vous faites mention de certains problèmes, où vous dites que, sans concession fiscale, sans argent de Téléfilm, sans ceci et sans cela. . . Nous sommes tous de bons Canadiens, nous

[Text]

we are all big people. It would be very nice to have 100% Canadian programming on every channel in Canada and have everybody watching it and everybody one big happy family.

The witnesses we hear basically say those kinds of things, that they have to have more of this and more of that, that we need to do as much Canadian programming as possible. I do not think anybody disagrees with that, but when we get to your level, you are the guys who pay the bills; you have to meet the payroll.

I guess my question to you is with the types of things you have lain out there, unless you receive some assistance it is the taxpayer who eventually pays. We are giving somewhere in the area of \$800 million to the CBC each year to get on with their job. Are we really trying to do more than we are capable of doing, with a country of 25 million people and with the competition we have from across the border? Are we trying to do the impossible almost? I would like to hear your answer, Mr. McGregor and Mr. Chercover, because I have heard Mr. Peters before.

Mr. McGregor: First we would have to say that we do not think more is bad. We think we should be striving. There is no reason not to. Frankly, we are enjoying the challenge and the success of moving from 300,000 persons watching an average Canadian prime-time program to more than two million persons watching an average program. It is truly a remarkable achievement. Those are the numbers that go with any kind of programming we run. Of course we have Bill Cosby; he is an exception. But if you are looking at programming that is just the next step below, then the two million represents a very great achievement. It is excellent.

• 1800

We want to achieve a good deal more than that. To do that, however, and that is what we are talking about—we are not really talking about more and we are not really talking about trying to have our hand out of or our hand into the public till. If we can deliver two million on our average programs, I can assure you that we can get a great deal of revenue for that as well. The revenue we receive is geared almost directly to the size of the audience we can provide.

Mr. Caldwell: I guess the question is how far does the government push you?

Mr. McGregor: That is the question. Thank you.

Mr. Caldwell: Or how far does the CRTC push you?

Mr. McGregor: You are right on the course, because that is quite correct. How far? Or where is enough? We have our own ambitions. One of the things that represents the broadcasting industry is its ambition. If it did not have ambition, it just would not be in the business that it is in.

[Translation]

sommes tous des gens importants. Ce serait bien d'avoir uniquement des émissions canadiennes sur n'importe quel canal au Canada, émissions que tout le monde regarderait de sorte que tout le monde serait heureux.

Les témoins que nous avons déjà entendus ont plus ou moins dit la même chose, il leur faut un peu plus de ceci, un peu plus de cela, si l'on veut le plus d'émissions canadiennes possible. Personne ne le conteste, je pense, mais lorsque l'on arrive à votre niveau, c'est vous qui devez acquitter les factures, qui devez payer vos employés.

Ma question porte sur les propos que vous avez tenus, car vous dites que, sans aide, c'est le contribuable qui va payer, en fin de compte. Tous les ans, Radio-Canada reçoit environ 800 millions de dollars pour faire son travail. Peut-on vraiment faire plus que ce que l'on fait en ce moment, avec une population de 25 millions d'habitants et compte tenu de la concurrence qui vient de l'autre côté de la frontière? Ne cherche-t-on pas à faire l'impossible? J'aimerais entendre votre réponse, monsieur McGregor et monsieur Chercover, ayant déjà eu celle de M. Peters.

M. McGregor: Tout d'abord, je dois dire qu'il n'est pas mauvais en soi de vouloir faire mieux. Il faut faire l'effort. Rien ne nous en empêche. À vrai dire, nous sommes contents d'avoir relevé le défi et d'avoir fait passer notre auditoire de 300,000 à 2 millions de téléspectateurs pour une émission canadienne ordinaire aux heures de pointe. C'est vraiment un exploit remarquable. Voilà les chiffres que nous avons recensés, quelles que soient nos émissions. Bien sûr, nous avons Bill Cosby, mais c'est l'exception. Si l'on prend les émissions qui sont juste à un échelon plus bas, le fait d'avoir 2 millions de téléspectateurs constitue une réalisation remarquable. C'est excellent.

Nous voulons faire encore mieux que cela. À cette fin, toutefois, et c'est ce dont nous parlons—à vrai dire, nous ne cherchons pas à avoir plus, nous ne tendons pas la main, nous ne recherchons pas des fonds publics. Si l'on peut attirer 2 millions de téléspectateurs pour une émission ordinaire, je peux vous assurer qu'il n'est pas difficile d'en retirer des revenus importants. Nos revenus sont presque directement proportionnels au nombre de téléspectateurs.

M. Caldwell: La question, alors, c'est de savoir jusqu'à quel point le gouvernement vous pousse?

M. McGregor: Voilà la question. Merci.

M. Caldwell: Ou jusqu'à quel point le CRTC vous pousse?

M. McGregor: Vous l'avez bien dit, vous avez parfaitement raison. Jusqu'à quel point? Ou bien est-ce assez? Nous avons des ambitions. L'une des choses qui caractérisent l'industrie de la radiodiffusion, c'est l'ambition. Sans ambition, l'industrie ne serait pas là où elle est en ce moment.

[Texte]

Mr. Caldwell: But do you not also have to temper your ambition sometimes?

Mr. McGregor: Yes, we do. How high is up is of course—

Mr. Caldwell: Mr. Peters said make good, tough regulations, but do not come back on us with some kind of scheme where you are going to return money to us if we do this kind of thing.

Mr. McGregor: What we are saying is that you cannot have it both ways.

Mr. Caldwell: What happens if you come back to the CRTC and say sorry, CRTC, we could not do it last year? What alternative does the CRTC have? Should they say get your act together next year? We want you to do this and this. . . This could go on and on. You know that there have been networks and there have been stations that have made promises and promises, but they could not live up to them. Even if they were God they could not have lived up to them.

Mr. McGregor: The biggest publicity that our industry has received—I say this in the broad term, not just this organization—has centred around a few people. As Ray Peters has just said to me, there are a few people who have made extravagant promises. Frankly, the promises we have made are the promises we have kept.

Mr. Caldwell: If I were a businessman—I am a politician at the present time—and looked at the price you are paying for your American programming, I would think you are being ripped off. If the Americans get them for \$800,000 and you are paying \$200,000, what is the problem?

Mr. Chercover: Excuse me. We are paying \$200,000 for Canadian programming.

Mr. Caldwell: All right.

Mr. Chercover: We are not paying \$200,000 for American programs. We do not get anywhere near the CBC's prices for—

Mr. Caldwell: When I read it the first time I wondered what you were paying that much for.

Mr. Chercover: No, sir.

Mr. Caldwell: So it is \$200,000 Canadian.

Mr. Chercover: Canadian.

Mr. Caldwell: I am glad I asked you that.

Mr. Chercover: As a matter of fact, Mr. Caldwell, I think it will interest you to know that 40% of our schedule that is American generates over two-thirds of the total revenue, and two-thirds of the total expenditure on programming is spent on Canadian—

Mr. Caldwell: I have a series of quick questions. When Cancom was before us I asked a question concerning market fragmentation in certain markets. They said that

[Traduction]

M. Caldwell: Est-ce que vous ne devez pas parfois modérer votre ambition?

M. McGregor: Si, bien sûr. Mais tout est relatif. . .

M. Caldwell: M. Peters nous a dit: faites de bons règlements, des règlements stricts, mais ne faites rien qui vous obligerait à nous rembourser une certaine somme si telle ou telle mesure était prise.

M. McGregor: N'essayez pas de manger à deux râteliers, voilà ce que nous vous disons.

M. Caldwell: Qu'arrive-t-il si vous dites au CRTC: désolés, mais nous n'avons pu faire cela l'an dernier? Quel choix le CRTC a-t-il? Doit-il vous dire: ressaisissez-vous l'an prochain? Nous voulons que vous fassiez ceci et cela. . . Cela pourrait durer longtemps. Vous savez bien qu'il y a eu des réseaux et des postes qui ont multiplié leurs promesses, mais qui ne les ont jamais tenues. Ils n'auraient jamais pu les tenir, même s'ils avaient eu des pouvoirs divins.

M. McGregor: Le gros de la publicité dont notre industrie a fait l'objet—je parle en général, et non pas de notre organisation—s'est concentrée sur une poignée de gens. Comme Ray Peters vient de me le dire, quelques-uns ont fait des promesses extravagantes. À vrai dire, les promesses que nous avons faites, nous les avons tenues.

M. Caldwell: Si j'étais homme d'affaires—je suis homme politique en ce moment—et que j'examine les prix que vous payez pour vos émissions américaines, je dirais que l'on vous a eus. Si les Américains paient 800,000\$ et vous, 200,000\$, où est le problème?

M. Chercover: Pardon, nous payons 200,000\$ pour les émissions canadiennes.

M. Caldwell: Bien.

M. Chercover: Nous ne payons pas 200,000\$ pour les émissions américaines. Nous sommes loin d'atteindre les prix que paie Radio-Canada pour. . .

M. Caldwell: Lorsque j'ai lu le document la première fois, je me suis demandé pour quelles émissions vous payiez autant.

M. Chercover: Non, monsieur.

M. Caldwell: Donc, 200,000\$, c'est pour les émissions canadiennes.

M. Chercover: Les canadiennes.

M. Caldwell: Je suis heureux de vous l'avoir demandé.

M. Chercover: En fait, monsieur Caldwell, vous serez peut-être intéressé de savoir que 40 p. 100 de nos émissions, celles d'origine américaine, représentent plus des deux tiers de nos recettes globales, alors que les deux tiers de nos dépenses globales de programmation sont consacrées à des émissions canadiennes. . .

M. Caldwell: J'ai une série de questions courtes. Lorsque Cancom a comparu devant nous, j'ai posé une question concernant la fragmentation de certains marchés.

[Text]

they are not having an effect on any particular market. I would not want to say those were their exact words, but they indicated that they were not a main player as far as the market is concerned. Do you agree with that?

Mr. Chercover: I think we should defer that question to Mr. Peters.

Mr. McGregor: We will perhaps let Ray Peters have a go at it—

Mr. Peters: I think I am on the public record—

Mr. Caldwell: Maybe it was you who said it, was it?

Mr. Peters: Yes, I did. I gave you a report that there were some concerns in the Maritimes and there were some concerns in Manitoba and there were some concerns in Saskatchewan. The dollars that were going to North Dakota border television stations have now stopped. They are no longer going out of the country, from the advertisers in that community. The audiences in those communities have not changed a great deal. In other words, the fear that the Detroit stations would be stronger and a greater form of competition simply has not materialized.

• 1805

Mr. Caldwell: Let me ask you about the recent acquisition by CKCO. Electrohome has purchased CFRN, Dr. Rice's station. I understand it is the alma mater of our chairman. Are they now going to become one of the major players in the big leagues?

Mr. McGregor: We certainly hope so.

Mr. Caldwell: Is it going to have a different effect? Was CFRN a CTV affiliate before?

Mr. McGregor: Yes. CFRN was and is a CTV affiliate, as is CKCO. The combination is going to create a unit that is a significant player in the CTV hierarchy, which is measured... I must tell you that there are various measures, but the one that is used frequently is the measurement of the combined sales of the station, the individual station, taken as a percentage of the total, of all the sales of all the stations in the CTV network. The combination of CFRN and CKCO will place it as the third largest entity in the CTV group.

Mr. Caldwell: What is their voting share? I understand that CFTO's or Baton's on CTV is 9%. Is that right? Did I read that someplace?

Mr. Chercover: You are quite right. All of the affiliated stations have a single vote, except where more than one licensee is owned by the same company to the extent of control, in which case that controlling company has one vote. We have 16 full-affiliate stations at present. There are 11 voting participants, until or unless the Baton application for Ottawa is finalized. When that occurs there will only be 10 voting.

[Translation]

Cancom a répondu qu'ils n'avaient aucun effet sur un marché en particulier. Ce ne sont peut-être pas les termes exacts qu'ils ont utilisés, mais ils ont laissé entendre qu'ils n'étaient pas parmi les plus importants, pour ce qui est du marché. Est-ce exact?

M. Chercover: Il faudrait peut-être poser la question à M. Peters.

M. McGregor: On devrait peut-être permettre à Ray Peters d'y répondre...

M. Peters: Je crois que c'est dans le compte rendu...

M. Caldwell: C'est vous qui avez dit cela, n'est-ce pas?

M. Peters: C'est exact. Je vous ai remis un rapport qui fait état de certaines préoccupations dans les provinces Maritimes, au Manitoba et en Saskatchewan. On ne verse plus de sommes aux stations frontalières de télévision du Dakota du Nord. Les commanditaires de cette région n'envoient plus de capitaux hors du pays. Le nombre de téléspectateurs dans ces localités s'est à peine modifié. Autrement dit, la crainte que les stations de Detroit soient plus fortes et plus concurrentielles ne s'est pas réellement concrétisée.

M. Caldwell: Permettez-moi de vous interroger au sujet de la récente acquisition de CKCO. Electrohome vient d'acquérir CFRN, le poste de M. Rice. On me dit que c'est l'*alma mater* de notre président. Cette société va-t-elle devenir l'une des grandes vedettes des ligues majeures?

M. McGregor: Nous l'espérons bien.

M. Caldwell: Cela aura-t-il certaines répercussions? CFRN n'était-il pas affilié à CTV auparavant?

M. McGregor: Si. CFRN était et est toujours affilié à CTV, tout comme CKCO. Grâce à cette fusion, ce poste deviendra un élément important de la hiérarchie de CTV, ce qui se mesure... Je dois vous dire qu'il y a différentes façons de mesurer la chose, mais la mesure la plus fréquente, c'est celle des ventes combinées d'un poste, en fonction du pourcentage des ventes globales de tous les postes composant le réseau CTV. La fusion de CFRN et de CKCO constituera une entité qui sera au troisième rang parmi les postes du réseau CTV.

M. Caldwell: Quel sera son pourcentage des voix? On me dit que celui de CFTO ou de Baton à CTV est de 9 p. 100; est-ce exact? L'ai-je bien lu quelque part?

M. Chercover: Vous avez parfaitement raison. Tous les postes affiliés ont une seule voix, sauf lorsqu'une société contrôle plus d'un détenteur de permis, auquel cas cette société a une voix. À l'heure actuelle, nous avons seize postes entièrement affiliés. Il y a onze participants ayant droit de vote, jusqu'au moment où la décision sera rendue concernant la demande de Baton pour Ottawa. Il n'y aura plus alors que dix participants ayant droit de vote.

[Texte]

When Mr. McGregor's arrangement between Kitchener and Edmonton... there will only be nine voting. That is the way the circumstance is at present in the structure of the co-op.

Mr. Caldwell: However, Baton still has only one vote.

Mr. Chercover: It has only one vote. The percentage of equity does not change because each station has an equal share. It is a totally arbitrary arrangement and has no bearing on normal corporate arrangements.

Mr. Caldwell: With respect to fragmentation of the market, twin-sticking seems to be becoming a little more prevalent. I guess Thunder Bay has gone to a CTV twin-stick. What happens if Global starts doing this twin sticking all over the country? Can we support three full-fledged networks in Canada? Possibly CHCH and CFPL may also be joining up in some kind of a network.

Mr. Chercover: We have reached saturation in terms of any growth, from an economic point of view, for the various markets. We are dealing with four stations. Where two stations were economic, we now have four competing stations.

• 1810

The reason for creating the supplementary category by the commission in the early 1970s was to accommodate the call for second service in markets that could not sustain an economic operation if CTV, which was then the alternative national service, were to enter the market with a commercial station. Supplementary twin-station arrangements came into being in the early 1970s. Now we look at markets that were two-station markets then and with the advent of additional licensing became three-station and now four-station markets, and the economy for our affiliate or for the independent or CBC private affiliate in those markets has diminished the performance of CTV in the gross terms.

National audience delivery has not grown in the last few years, and it should not be expected to grow. We have a dominant share. We are the largest national viewing entity, but the fact of the matter is that each new intrusion, whether it is a cable-specialty channel, a multiplicity of American signals via cable, or whether it is another local community service—each one fragments the existing marketplace.

Mr. Caldwell: Let me ask you one final question, and you may not want to answer it—

Mr. McGregor: Excuse me, Mr. Caldwell, if I can take one moment more, just to point out that the trend of which you speak, the trend toward twin-sticks, has moved now to a new phase, which has been occurring over the past several years. In that phase what you are seeing is situations such as in Sault Ste. Marie, where those stations that had been operating as twin-sticks have found that even that economically is not a strong enough support for

[Traduction]

Lorsque les modalités établies par M. McGregor entre Kitchener et Edmonton... il ne restera plus que neuf participants ayant droit de vote. Voilà la situation en ce moment, pour ce qui est des structures de la coopérative.

M. Caldwell: Cependant, Baton n'a encore qu'une seule voix.

M. Chercover: Il n'a qu'une seule voix. Le pourcentage d'avoir ne change pas, car chaque poste a le même nombre de voix. Il s'agit d'un dispositif tout à fait arbitraire qui n'influe pas sur les modalités normales de l'entreprise.

M. Caldwell: En ce qui concerne la fragmentation du marché, le jumelage des stations semble devenir de plus en plus fréquent. Je crois qu'un poste de Thunder Bay s'est jumelé à CTV. Qu'arrivera-t-il si Global se met à jumeler des stations dans tous les coins du Canada? Peut-on se permettre trois réseaux nationaux au Canada? Il se peut que CHCH et CFPL fusionnent aussi pour former une sorte de réseau.

M. Chercover: Nous avons atteint le point de saturation en fait de croissance économique dans les divers marchés. Nous traitons avec quatre stations. Là où il y avait deux stations rentables, nous avons maintenant quatre stations qui se font concurrence.

La raison pour laquelle la commission a créé une catégorie supplémentaire au début des années 70, c'était pour permettre la création d'un second service sur les marchés où il n'était pas possible d'avoir une exploitation rentable si CTV, qui était l'autre service national à l'époque, établissait un poste commercial dans ce marché. Un dispositif supplémentaire concernant les stations jumelées a vu le jour au début des années 70. Des marchés qui comptaient deux postes en possèdent aujourd'hui trois, voire quatre, avec l'avènement des permis additionnels, de sorte que notre affilié, un poste autonome ou un affilié privé de Radio-Canada, a diminué le rendement économique brut de CTV sur ces marchés.

Le nombre global de téléspectateurs ne s'est pas accru, ces dernières années, et il ne devrait pas s'accroître. C'est nous qui dominons. Nous sommes au premier rang, à l'échelle nationale, mais il reste que toute nouvelle entité, qu'il s'agisse d'un nouveau canal de câblodistribution, d'une multiplicité de signaux américains transmis par câble ou bien d'un nouveau service communautaire local, ne fait que fragmenter le marché existant.

M. Caldwell: Permettez-moi une dernière question, et si vous ne tenez pas à y répondre...

M. McGregor: Pardon, monsieur Caldwell, si je vous interromps un instant pour vous dire que la tendance dont vous parliez, la tendance au jumelage des stations, vient d'entrer dans une nouvelle phase, qui remonte déjà à plusieurs années. Ainsi, dans des endroits comme Sault-Sainte-Marie, des stations qui s'étaient jumelées ont constaté qu'il leur était impossible de demeurer rentables, si bien qu'elles ont été vendues à un exploitant de

[Text]

them to maintain the service, and they have now sold to the Sudbury operation. So Sudbury now becomes a station or a network, however you care to describe it, a mini-network starting at the Soo and running all the way around through northern Ontario, up through Timmins to Hearst and so on.

What is happening then is that a community—and this has not yet been heard by the commission, so it is hard to say whether the commission will agree to their proposal... But let us use it as a speculative approval. What happens then—and this did occur in the case of Sudbury just a few years ago—is that the Sault Ste. Marie community then sees themselves without a local newscast. The newscast now comes out of Sudbury. That kind of thing is increasing. That is the new trend after twin-sticking, and I would see the possibility of that occurring in a few other places across the country.

Mr. Caldwell: Let me ask you a related question, and you may not have thought about it, but if you have I would appreciate your answer. We were in the province of Quebec a couple of weeks ago. They now have three networks. Can three networks survive in the province of Quebec in the French language?

Mr. Chercover: You are dealing with a unique situation in the province of Quebec. The probability is yes, and the reason, very simply, is that there are no immediately adjacent competing signals drawing the attention of the francophone viewer.

Mr. Caldwell: Unless they start watching more English.

Mr. Chercover: Well, the fact of the matter is that if you have spoken with people who have studied the performance in Montreal and other communities in Quebec, you will find that there is a growing percentage of viewing of English programming, both from Canadian sources and more particularly from American sources.

Mr. Caldwell: I think my colleague may want to follow that up. Thank you, Mr. Chairman.

M. Blackburn (Jonquière): Vous dites dans votre rapport, à la page 7, que l'avenir des réseaux de télévision ne semble pas très attrayant. Vous dites également que le CRTC, lors du renouvellement de votre licence au mois de mars, vous a imposé des exigences qui vous occasionneront des coûts supplémentaires. À combien évaluez-vous ces coûts supplémentaires par rapport à vos budgets actuels, en termes de pourcentage?

Mr. McGregor: Murray, would you like to give us an idea of the percentage increase brought about by the CRTC conditions in our most recent licence renewal?

Mr. Chercover: I would not want to mislead the committee. I think the best approach to responding to this would be to suggest to you, sir, that I will submit to the

[Translation]

Sudbury. Appelez cela comme vous voudrez. Sudbury est désormais une station ou un réseau, un mini-réseau qui part de Sault-Sainte-Marie et qui atteint le nord de l'Ontario, jusqu'à Timmins, Hearst, et ainsi de suite.

Il arrive donc qu'une localité—et la commission n'a pas encore entendu sa demande, de sorte qu'il est difficile de dire si la proposition sera agréée... Mettons que je spécule tout simplement. Il arrive alors—comme cela s'est produit à Sudbury il y a quelques années—que Sault-Sainte-Marie se voit privée d'un bulletin de nouvelles locales. Ce bulletin émane désormais de Sudbury. Ce phénomène devient de plus en plus fréquent. C'est une nouvelle tendance qui succède au jumelage des stations et ce phénomène pourrait bien se produire dans d'autres endroits au Canada.

M. Caldwell: Permettez-moi de vous poser une question connexe, à laquelle vous n'avez peut-être pas réfléchi, mais si vous l'avez fait, je vous saurais gré de me répondre. Nous étions dans la province de Québec, il y a deux semaines. Cette province compte aujourd'hui trois réseaux. Est-il possible que trois réseaux de langue française puissent survivre au Québec?

M. Chercover: Il s'agit d'une conjoncture bien particulière au Québec. En fait, la chose est fort probable, tout simplement parce qu'il n'y a pas de signaux compétitifs dans les environs immédiats qui puissent capter l'attention du téléspectateur francophone.

M. Caldwell: A moins qu'il ne regarde plus souvent des émissions en anglais.

M. Chercover: Le fait est que, si vous avez rencontré des gens qui ont examiné la situation à Montréal et dans d'autres villes du Québec, vous avez dû constater qu'il y a un pourcentage croissant de Québécois qui regardent des émissions anglaises, tant canadiennes qu'américaines, mais surtout américaines.

M. Caldwell: Mon collègue veut poursuivre dans la même veine, je crois. Merci, monsieur le président.

Mr. Blackburn (Jonquière): You have stated in your brief on page 7 that the future of television networks does not appear to be very attractive. You stated also that the CRTC, when your licence came up for renewal last March, placed on you some requirements which will bring about additional costs for you. What is your estimate of those additional costs with respect to your present budgets, in percentage terms?

M. McGregor: Murray, pourriez-vous nous donner une idée du pourcentage d'accroissement des coûts, suite aux conditions imposées par le CRTC lorsque notre permis a été récemment renouvelé?

M. Chercover: Je ne voudrais pas induire le Comité en erreur. La meilleure façon de vous répondre, et c'est ce que je vous propose, c'est de remettre au Comité par écrit

[Texte]

committee the effect in percentile terms of the gross dollars involved in the commitments required by the CRTC. If I tried to answer you without the budgets in front of me I would be misleading. It would be a guesstimate on my part. But it is very significant.

Mr. Peters: I think you are referring to the comments I made near the end of the presentation, and last spring when we appeared before the commission in support of our licence renewal we did not have a horrendous stock market crash. We have not seen the effect of that yet, and my concern lies in the fact that advertisers, I think, are going to have less money to spend over the next few years. I think the marketplace is now going to start to reflect the incredible losses that have taken place as a result of the stock market crash. What we are saying in that portion of our material. . . and I think it would be a very interesting exercise, Murray, for you to come up with that calculation, as to what the percentage increase is.

What we are saying is that when we appeared before the commission in support of our licence renewal last spring, it was a far different marketplace than it is today. It is very gloomy out there today in the real world, and I think that is a concern to us and I think it should be a concern to everybody.

Mr. Chercover: We had in fact just come through a cycle of approximately two years' duration, during which the demand for national advertising had declined dramatically for approximately two and a half years. We had just this spring seen the turnaround—not just in Canada, because our markets are affected by trends worldwide, but in the United States as well. So we were just turning to an upward surge in terms of national advertising demand.

What Mr. Peters is saying is that if consumer confidence is shaken and if the consumers are not aggressively pursuing goods and services in the marketplace, then the advertisers are going to cut back yet again. We have just come through a depressionary cycle, a recessionary cycle in advertising on a national level.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Chercover, vous dites que ces exigences du CRTC pour renouveler votre licence impliquent des coûts additionnels. Abstraction faite des fluctuations actuelles du marché, vendrez-vous plus de publicité ou moins de publicité? Ce que le CRTC vous demande de plus implique des coûts additionnels pour votre entreprise, et vous devez déjà en avoir une idée en termes de pourcentage. Est-ce 10 p. 100, 20 p. 100, 30 p. 100 de plus? Vous devez bien avoir une idée de cela. L'avenir est moins rose. On doit voir un peu ce qu'il en est.

Mr. Chercover: Well, I am sorry if I cannot satisfy you with respect to whether it is going to be rosier in the future, but the fact of the matter is that there is no one in the departments of economy at any of the universities in Toronto, or anywhere else in Canada, who predicted what

[Traduction]

le pourcentage d'augmentation des dépenses brutes suscitées par les engagements imposés par le CRTC. Si j'essayais de vous répondre sans avoir les budgets devant moi, je vous induirais en erreur. Ce serait une vague estimation de ma part. Mais la hausse est fort sensible.

M. Peters: Je crois que vous faites allusion aux remarques que j'ai faites vers la fin de ma présentation, et, au printemps dernier, lorsque j'ai comparu devant le CRTC pour faire renouveler notre permis, il n'y avait pas eu alors un effondrement horrible de la Bourse. Nous en attendons encore les conséquences, mais ce qui m'inquiète, c'est que les commanditaires vont peut-être réduire leurs budgets publicitaires au cours des prochaines années. Je crois que le marché ne fait que commencer à refléter les pertes incroyables qui se sont produites à la suite de cet effondrement. Dans ce passage de notre présentation, nous disons que. . . mais ce qui devrait être bien intéressant, Murray, c'est que vous fassiez ce calcul concernant le pourcentage d'augmentation des coûts.

Pour tout dire, lorsque nous avons comparu devant le CRTC le printemps dernier pour faire renouveler notre permis, le marché était loin d'être ce qu'il est aujourd'hui. En ce moment, la conjoncture est bien sombre, et c'est ce qui nous inquiète, comme tout le monde d'ailleurs.

M. Chercover: En fait, nous venions d'arriver au terme d'un cycle d'environ deux ans, au cours duquel la demande nationale en matière de publicité a connu une baisse importante. La relance venait de débiter au printemps—pas seulement au Canada, où les marchés subissent l'effet des tendances mondiales, mais aussi aux États-Unis. Une tendance à la hausse de cette demande nationale commençait tout juste à se manifester.

Selon les propos de M. Peters, lorsque la confiance des consommateurs est perturbée, lorsque les consommateurs ne cherchent pas manifestement à obtenir des biens et services, les commanditaires diminuent leurs budgets publicitaires. Nous venions tout juste de traverser un cycle dépressif ou récessif en matière de publicité à l'échelle nationale.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Chercover, you stated that the CRTC requirements involved some additional costs. Putting aside the present ups and downs of the market, will you have more advertising revenues, or less? What the CRTC has asked from you involves some additional costs for your corporation, of which you must have some idea in percentage terms. Is it 10%, 20%, or 30% more? You must have some idea. The future does not look so bright. You must have some idea of what is happening.

M. Chercover: Je suis désolé de ne pas pouvoir vous dire ce que l'avenir nous réserve, mais le fait est qu'il n'y a aucun professeur de sciences économiques à l'une ou l'autre des universités de Toronto, il n'y a personne ailleurs au Canada, qui a pu prévoir ce qui s'est passé à la

[Text]

was going to happen in the marketplace on Monday three weeks ago. The fact of the matter is that we have to follow the trend in advertising expenditure, try to stimulate it, but I cannot give you a favourable view of growth in the marketplace.

Before the stock market crash I was able to say to our shareholders and our directors: I am delighted to report that there is a positive turn in the national advertising marketplace, as reflected by their bookings this fall. A wonderful result, followed by the market impact. We are talking about \$422 million in Canadian programming commitments over the span of this five-year term, but the conditions that were imposed, that we did not volunteer, represent an increase of \$28 million in years four and five, where they have asked us to increase the amount of Canadian drama beyond the three hours a week, out of a total of five hours that we have between seven and eleven, that we have committed.

• 1820

CTV volunteered to increase our regularly scheduled dramatic programming to three hours out of five hours, week in and week. They said to make it four in the fourth year and four and one-half in the fifth year. The addition represents \$28 million in that one period. There is no revenue source to which we can turn to generate a response and increase our income in comparable terms. We are going to have to displace revenue-producing programming to incorporate this into our schedule at much higher cost.

M. Blackburn (Jonquière): Je vais maintenant vous poser une question à propos des affiliés. Lorsque nous avons rencontré les représentants des affiliés du réseau de Radio-Canada, ils nous ont dit que les conditions de renouvellement n'étaient pas favorables aux affiliés et qu'ils avaient signé leur contrat littéralement avec «un couteau sous la gorge». Je vois que vous êtes aussi en train de renégocier vos contrats avec vos affiliés. Est-ce que la même chose se passe? Est-ce que vos coûts additionnels seront refilés aux affiliés, si bien qu'eux aussi auront moins de revenus? J'aimerais qu'on fasse un parallèle et que vous me disiez un peu ce que réserve l'avenir aux affiliés de CTV.

Mr. McGregor: Mr. Blackburn, we are in the midst of negotiations which have not been completed. I cannot say how it will turn out, but at present our affiliates are all shareholders and therefore they all participate in those additional costs. They participated in the decisions leading to the proposals we made to the CRTC. It is a different situation from the CBC where the affiliates had a large stake but had no part in the decisions taken when the CBC said to increase to 95% Canadian content by 1990 or 1991. They did not have any part in those decisions.

[Translation]

Bourse il y a trois semaines. Bien entendu, nous devons suivre les tendances en matière de budget publicitaire, nous devons les encourager, mais je ne peux vous donner une image favorable de la croissance du marché.

Avant l'effondrement des actions, je pouvais dire à nos actionnaires et aux membres de notre conseil d'administration: je suis heureux de vous signaler une tendance positive du marché national en fait de publicité, à en juger par les sommes engagées pour l'automne. Résultat magnifique, suite à l'impact du marché. Il est question pour nous d'un engagement de 422 millions de dollars en cinq ans pour la programmation canadienne, mais les conditions qui nous ont été imposées, qui ne sont pas de notre fait, représentent une augmentation de 28 millions de dollars au cours de la quatrième et de la cinquième années, car nous sommes tenus d'accroître le nombre d'heures d'émissions dramatiques canadiennes; au lieu de trois heures par semaine, il nous faudra fournir cinq heures par semaine, au cours de la période allant de 7 heures à 11 heures du soir.

CTV a déjà proposé de diffuser trois heures de dramatiques chaque semaine dans le cadre normal de ses émissions, soit trois heures sur cinq. On nous a demandé d'en diffuser quatre heures la quatrième année et quatre heures et demie la cinquième année. Le supplément représente 28 millions de dollars pour la période. Il nous est impossible de trouver une nouvelle source de revenus équivalant à ce montant. Étant donné que cela nous coûtera beaucoup plus cher, il va falloir annuler des émissions rentables.

Mr. Blackburn (Jonquière): I am going to ask you now a question about the affiliates. When we met with the representatives of the affiliates to the CBC network, they told us that the new conditions did not benefit them, and that they had only signed a contract with a knife at their throat. I see that you are also trying to renegotiate with your affiliates. Do you have the same problem? Will your additional costs be passed on to the affiliates, leaving the latter with less income? I would like some comparisons to be made, and I would like you to tell me what kind of future CTV affiliates are facing?

M. McGregor: Monsieur Blackburn, nous sommes en pleines négociations. Je ne veux pas vous dire comment ça va tourner, mais pour l'instant nos affiliés sont des actionnaires et doivent donc assumer une partie des coûts supplémentaires. Ils ont leur mot à dire lorsqu'il s'agit de présenter des propositions au CRTC. Le cas est bien différent pour la Société Radio-Canada dont les affiliés sont de gros actionnaires qui n'ont rien eu à dire lorsque la société a décidé qu'il faudrait 95 p. 100 de contenu canadien d'ici 1990 ou 1991. Les stations affiliées au réseau national n'ont rien à voir dans cette décision.

[Texte]

All of our people attend the meetings and have the opportunity to have their say about any proposals we make. The only proposal we did not have a part in was the one Mr. Chercover mentioned, the business of the additional commitments beyond those we were prepared to make.

M. Blackburn (Jonquière): Mais, en fin de compte, est-ce que CTV aura une part accrue des revenus au détriment des affiliés?

Mr. McGregor: No.

M. Blackburn (Jonquière): Non! Je vous remercie.

Mr. Heap: I apologize, gentlemen. I was required to be out for half an hour on some urgent constituency business. I know I missed a good deal and I may have missed the point in which I am particularly interested. If I am being redundant, please tell me. I am interested in connection with the very point that—

Mr. McGregor: I hope we give you the same answer.

Mr. Heap: I am interested in the matter closely related to the one Mr. Blackburn was dealing with, the costs you mentioned on page 5. You illustrate them graphically by suggesting that this would take out 70 hours of feature films. I would like to get the picture completed a little. What has been your rate of profit on investment for the last two or three years?

• 1825

Mr. Chercover: The network is a co-op, sir. The network does not measure its performance in normal corporate terms. We have no profit. The network passes revenue through to the stations in compensation for access to their time and use of their transmitters, which is conventional with any network, whether it is CBS, ABC or NBC. This is the purchase of time to exhibit the schedule the network puts out, which is approximately 65 hours of regularly scheduled programming each week. There are no profits retained at the network level. There is no measurement of investment and relative margins related to investment. This is all done at the affiliate shareholder level.

Mr. Heap: What general picture can you give us of the rate of profit of the affiliate shareholders?

Mr. McGregor: It varies very widely. It is at the root of the discussions we are having amongst ourselves in terms of trying to find a means of restructuring in a fashion that would still allow some decision making by all of our affiliates and also that would allow us to arrange our affairs perhaps in a more equal way, so that our smallest affiliates are not carrying an unequal part of the burden.

It has been the case that our smallest affiliates have been having an increasingly difficult time, most particularly in the last several years when the network, as Mr. Chercover pointed out earlier, had found that their revenue from sales in the field had flattened out. This

[Traduction]

Dans notre réseau, tout le monde a la chance de participer à la discussion et de contribuer aux propositions. La seule proposition avec laquelle nous n'ayons rien eu à voir, c'est celle qui a été mentionnée par M. Chercover, l'idée d'en faire plus que ce que nous étions prêts à promettre.

Mr. Blackburn (Jonquière): But, on the bottom line, will CTV get a greater share of the revenue at the expense of its affiliates?

M. McGregor: Non.

Mr. Blackburn (Jonquière): Fine. Thank you.

M. Heap: Excusez-moi, messieurs. J'avais un problème urgent dans mon comté et j'ai dû m'absenter une demi-heure. Je sais que j'ai beaucoup manqué. J'ai peut-être même manqué ce qui m'intéresse le plus. Si je répète ce qui a déjà été dit, faites-le moi savoir. Ce qui m'intéresse, c'est le rapport avec...

M. McGregor: J'espère qu'on vous donnera la même réponse.

M. Heap: Ce qui m'intéresse, c'est une question qui touche de très près le sujet abordé par M. Blackburn, soit les coûts mentionnés à la page 5. En guise d'illustration, vous avez dit que cela représentait 70 heures de longs métrages. Je voudrais encore une précision. Depuis deux ou trois ans, quel pourcentage vous rapporte vos investissements?

M. Chercover: Notre réseau est une coopérative, et il n'évalue donc pas sa performance de la même façon qu'une entreprise. Nous ne faisons pas de profit. Le réseau transfère ses revenus aux différentes stations en contrepartie de l'utilisation de leur temps d'écoute et de leurs émetteurs, ce qui est typique de n'importe quel réseau, qu'il s'agisse de CBS, d'ABC ou de NBC. Ces revenus servent donc à acheter le temps d'écoute dont a besoin le réseau pour présenter ses émissions, soit à peu près 65 heures par semaine. Le réseau en soi ne garde aucun profit, et il est donc impossible de mesurer le rendement des investissements et les marges relatives connexes. Tout cela se fait au niveau des sociétés actionnaires affiliées.

M. Heap: Grosso modo, pouvez-vous nous dire quel est le taux de profit des sociétés actionnaires affiliées?

M. McGregor: Cela varie beaucoup, et justement, on en parle actuellement très sérieusement car nous voudrions nous réorganiser de façon à ce que tous nos affiliés puissent encore participer aux prises de décisions mais qu'en même temps, nous puissions nous restructurer de façon plus équitable, peut-être, afin que les petits affiliés n'aient pas un fardeau trop lourd à assumer.

Nous nous sommes en effet rendu compte que nos petits affiliés traversent depuis quelque temps une période très difficile, surtout depuis que le réseau s'est aperçu, et M. Chercover vous en a parlé tout à l'heure, que ses revenus provenant de la vente d'émissions à l'extérieur du

[Text]

happened three years ago when our sales revenue remained relatively static over a period of about two years. When this occurred, the affiliates, with the continual increase in expenses. . . The fact that the sale flattened out did not, of course, absolve us from any of the conditions we had committed to at our previous licence renewal, or from our own ambitions. Our costs continued to increase. The result was that we reached a point during the last year in which the stations were having to pay the network rather than the network paying the stations.

When you consider that the network occupies a very significant 40 hours out of a program week of a station and pays nothing for it—and indeed wants the station to contribute to help keep the network afloat—you have a very difficult situation. The result was our having to give serious consideration to some form of restructuring to equalize this burden.

Mr. Heap: You are saying that last year the net flow was reversed. Instead of from the network to the stations, it was from the stations to the network. Was this to all stations?

Mr. McGregor: Yes, it was—in proportion.

Mr. Heap: Some more than others, but to all stations.

Mr. McGregor: Yes. The largest would carry the heaviest burden and so on down to the smallest. However, the damage to the smallest was considerably greater because to them the network represents a greater proportion of their basic revenues.

Mr. Heap: I am still interested to know, if possible, what the rate of profit of the stations as a whole was. The reason I ask is that I have seen reference recently to ratios of profit to investment in the industry. I cannot find them at the moment. It is not a subject in which I am expert. I have seen references to a ratio of profit to investment that sounded quite encouraging or quite favourable. In trying to evaluate your comments about proposed tax increases and so on, I am trying to put them into the picture.

• 1830

As I came in you were saying that we are in difficult times. From their own experience very few people in the country would disagree with you. The question is how the difficulty is being shared. As a former trade unionist, I am familiar with the situation. When the union asks the company for a raise, the company says this is the wrong year to ask for a raise. The union asks which was the right year. Perhaps the Minister's error was that she did not put in the tax increase a year or two years ago. You can confirm it to me if you wish.

[Translation]

réseau avaient considérablement diminué. C'était il y a à peu près trois ans, et nos revenus sont restés à peu près les mêmes pendant environ deux ans. À la même époque, les affiliés, qui devaient faire face à une augmentation continue de leurs dépenses. . . Cette diminution considérable de nos ventes ne nous libérait pas, bien sûr, des engagements que nous avons pris lors du renouvellement de notre permis, pas plus qu'elle ne nous affranchissait des objectifs que nous nous étions fixés. Nos coûts ont continué d'augmenter, à tel point que l'année dernière, la situation a été complètement renversée, et ce sont les stations affiliées qui ont versé de l'argent au réseau.

Lorsqu'un réseau utilise gratuitement 40 heures d'écoute du programme hebdomadaire d'une station, et que non seulement il ne paie rien mais qu'il demande à la station de l'aider à survivre, la situation devient extrêmement difficile. Il nous a donc fallu envisager très sérieusement une restructuration complète de tout notre système afin de mieux répartir le fardeau.

M. Heap: Vous avez dit que l'année dernière, la situation s'est renversée et que ce sont les stations qui ont donné de l'argent au réseau. Était-ce le cas de toutes les stations?

M. McGregor: Oui, mais la part de chacune était proportionnelle.

M. Heap: Donc, certaines ont payé plus que d'autres, mais toutes ont payé quelque chose.

M. McGregor: Oui. Ainsi, c'est la station la plus importante qui a payé le plus, et la plus petite qui a payé le moins. Toutefois, c'est cette dernière qui s'en est ressentie le plus, et de loin, car le réseau lui donnait, jusqu'à présent une proportion plus grande de ses revenus de base.

M. Heap: Permettez-moi de vous redemander quel est le taux de profit de l'ensemble des stations affiliées. Si je vous le demande, c'est parce que, récemment, j'ai vu des chiffres sur les taux de profit des investissements dans l'industrie. Je ne les ai pas ici, et ce n'est pas un domaine dans lequel je suis un expert. J'ai donc vu des taux de rendement des investissements qui me paraissaient tout à fait encourageants et même très favorables. J'aimerais donc avoir une réponse à ma question, afin de mieux comprendre ce que vous avez dit sur les augmentations d'impôt telles que proposées, etc.

Quand je suis arrivé, vous étiez en train de parler de difficultés que vous connaissiez. Peu de gens vous contrediront là-dessus, c'est bien évident. Toutefois, la question est de savoir dans quelle mesure ces difficultés sont les mêmes pour tous. En tant qu'ancien syndiqué, je connais bien la situation. Lorsqu'un syndicat demande une augmentation de salaire au patron, celui-ci répond invariablement que l'année est mal choisie pour le faire. Le syndicat demande alors quelle année il aurait fallu le faire. Si la ministre a fait une erreur, c'est peut-être de n'

[Texte]

Since you are referring to the proposal now, on this point I have no hesitation in being prepared to support the Minister's judgment unless you can show otherwise. I would like to understand how the tax increase relates to the profits. Relating it only to a cost of output cancels 70 hours of feature films and mini-series. There is not only one way to do the accounting. It is why I am asking how it relates to the profits of the affiliates.

Mr. McGregor: The average quoted in the Caplan-Sauvageau report was 17%, which is comparable to newspaper returns on investment. Among the smaller affiliates I think we have one that is in an operating loss position. For the bottom six it averages somewhere around 8% or 9%.

Mr. Heap: Is that...?

Mr. McGregor: That is return on investment.

Mr. Heap: It is not on sales.

Mr. McGregor: No, not on sales.

The Chairman: Thank you very much. I am sure the Minister will be pleased to know of your enthusiastic support, Mr. Heap.

This has been a very useful session. We apologize to the Radio-Television News Directors' Association of Canada. They have been waiting throughout all this. There might be some newsworthy material in it.

I want to explore two areas very quickly. On page 3 of your oral presentation, Mr. Chercover, there is a quotation which suggests the original guidelines for the broadcast fund administered by Telefilm Canada were essentially industrial. There seems to have been a shift in the Caplan-Sauvageau report's recommendations to cultural objectives. I think I heard you say that in practice there seems to have been such a shift to cultural objectives. Would you confirm that? Is it your assessment?

Mr. Chercover: I will confirm it. I did not bring a Telefilm file with me, but there was a working document circularized by Telefilm Canada which purported to be a business plan for the next five years. It switched their orientation totally into that of a studio making judgments, funneling more of their money into difficult-to-finance minority interest programming, as distinct from the original objective which was to support the private sector to make programs which Canadians in large numbers would choose to watch.

The Chairman: Do you think that perversely it might help you? When the Americans come to the trade bargaining table, they say it is the entertainment industry

[Traduction]

pas avoir décidé cette augmentation d'impôt il y a un an ou deux. Si vous le voulez, vous me direz ce que vous en pensez.

Puisque vous avez vous-même parlé de cette proposition, je tiens à vous dire que j'appuie sans hésiter la décision de la ministre, à moins que vous ne réussissiez à m'en dissuader. J'aimerais savoir quelle incidence l'augmentation d'impôt aura sur les profits. Si on circonscrit cette incidence aux coûts de production, cela signifie que l'augmentation d'impôt fera supprimer 70 heures de longs métrages et de feuilletons. Toutefois, il y a d'autres façons d'évaluer cette incidence, et c'est la raison pour laquelle je vous pose cette question au sujet des profits des affiliées.

M. McGregor: Le rapport Caplan-Sauvageau indiquait le chiffre moyen de 17 p. 100, ce qui se compare au taux de rendement des investissements des éditeurs de journaux. Parmi les petites affiliées, il y en a une je crois qui accuse actuellement un déficit d'exploitation. La moyenne des six affiliées les plus petites se situe autour de 8 ou 9 p. 100.

M. Heap: Il s'agit...?

M. McGregor: Du taux de rendement des investissements.

M. Heap: Et pas du profit sur les ventes.

M. McGregor: Non.

Le président: Merci beaucoup. Je suis sûr que la ministre sera ravie de savoir qu'elle peut compter sur votre appui enthousiaste, monsieur Heap.

Cette séance a été extrêmement intéressante, et je tiens à m'excuser auprès des représentants de l'Association canadienne des directeurs de l'information en radiotélévision de les avoir fait attendre si longtemps. Ils y trouveront peut-être matière à reportage!

J'aimerais revenir rapidement sur deux questions. À la page 3 de votre mémoire, monsieur Chercover, vous dites, avec citation à l'appui, que les objectifs initiaux du fonds de radiodiffusion administré par Téléfilm Canada étaient essentiellement d'ordre industriel. Or, il semble que le rapport Caplan-Sauvageau recommande une orientation plus culturelle. Vous avez bien dit qu'en pratique, on semblait s'être réorienté vers des objectifs culturels. C'est bien ce que vous avez dit?

M. Chercover: Je suis prêt à le confirmer. Je n'ai pas le dossier de Téléfilm avec moi, mais je sais que cette société a préparé un document qui se voulait être une stratégie commerciale pour les cinq prochaines années. Or, l'orientation a été radicalement changée puisque cette société cherche davantage, maintenant, à investir dans la production d'émissions à clientèle limitée, et par conséquent, difficiles à financer, alors que son objectif initial consistait à aider le secteur privé à produire des émissions s'adressant à la plus vaste clientèle possible.

Le président: Pensez-vous que cela va vous aider? À la table de négociation, les Américains parlent d'une industrie des loisirs et absolument pas du secteur culturel.

[Text]

and not cultural at all. We managed to persuade them it was cultural. If Telefilm Canada has thrown the cloak of culture over itself, perhaps it is going to help preserve Telefilm Canada.

Mr. McGregor: I do not believe so. I do not think it is necessary to have two film boards.

The Chairman: You have already said which one you would like to do away with.

Mr. McGregor: I was not asked that question, but—

The Chairman: Which one would you like to do away with?

Mr. McGregor: I think if you took the National Film Board's budget and gave it to Telefilm Canada, we might sustain the activities undertaken with the independent production sector and keep that very jeopardized but fragile and important sector operating. We have been building for three years and suddenly we are pulling the rug out from under them.

• 1835

The Chairman: As I recall, when the National Film Board was set up it was used to do war films and things like this. It also did documentaries in support of the objectives of government departments and then there were other things that grew out of this. I suppose there are those cynics who suggest that the application for TV Canada was a grasp by the National Film Board for a new *raison d'être*. Do you share this view?

Mr. Chercover: I do, and I would say to you, sir, that if you check with Supply and Services... I would be happy to share with you contracts that we have had, not only in the last three or four years but also for decades, in which the Department of Regional Development and Tourism has seen a project in which we have an interest and are producing and has said it wants a piece of the project. They now come to us and say they have a need for a department; say National Health and Welfare is going to announce this month a new dietary program that has to do with ideal weights, health and morbidity and they are going to announce that the program is under way. You are quite right; in previous years an in-house documentary unit would have been commissioned to make this program.

The Chairman: Now it is an out-house unit.

Mr. Chercover: Now it is an out-house unit. They want to reach the people. They want programs that people will watch. They are going to Jack McGaw as an independent to produce another test program.

The Chairman: On this whole incentives area that Mr. Heap was exploring—for a novice, Mr. Heap, you have done very well today, and thanks for your participation, by the way—where did this idea come from, this whole sort of negative incentives idea? Do you have any idea?

[Translation]

Nous avons essayé de les convaincre que c'était culturel. Maintenant, si Téléfilm Canada se drape lui aussi dans le manteau de la culture, cela va peut-être l'aider à survivre.

M. McGregor: Je ne le crois pas. Par ailleurs, je ne pense pas qu'il soit nécessaire d'avoir deux organismes cinématographiques.

Le président: Vous n'avez d'ailleurs pas caché duquel des deux vous souhaitez la disparition.

M. McGregor: On ne m'a pas posé cette question, mais...

Le président: Lequel des deux?

M. McGregor: Si vous donniez le budget de l'Office national du film à Téléfilm Canada, nous pourrions poursuivre les activités entreprises en collaboration avec les producteurs indépendants et ainsi permettre à ce secteur très menacé et très vulnérable, mais néanmoins important, de survivre. Nous y travaillons depuis trois ans et, tout d'un coup, on leur coupe l'herbe sous le pied.

Le président: Si je me souviens bien, l'Office national du film a servi à produire des films sur la guerre, entre autres. Il a également fait des documentaires pour défendre les effectifs des ministères, ce qui a débouché par la suite sur d'autres activités connexes. Il y a certainement des gens assez cyniques pour prétendre que c'est parce qu'il se cherchait une nouvelle «raison d'être» que l'Office national du film a déposé cette demande en vue de la création de Télé-Canada. Etes-vous de cet avis?

M. Chercover: Oui, et vous pouvez vérifier auprès du ministère des Approvisionnements et Services... Je pourrais vous donner des exemples de contrats que nous avons eus, non seulement au cours des trois dernières années mais depuis des dizaines d'années, où le ministère de l'Expansion régionale et du Tourisme nous a offert de participer à un projet, mais l'ONF voulait également sa part du projet. Maintenant, on vient nous proposer, par exemple, un projet où le ministère de la Santé va annoncer un nouveau programme de nutrition en insistant sur le poids idéal, la bonne forme, etc. Vous avez tout à fait raison, jadis, c'est à un service documentaire du ministère qu'on aurait confié le soin de mettre ce programme sur pied.

Le président: Maintenant, on sous-traite.

M. Chercover: C'est cela. On veut toucher le maximum de gens avec des émissions qui les intéressent. Par exemple, ils demandent à Jack McGaw, un indépendant, de préparer un autre programme-test.

Le président: Pour en revenir à la question des stimulants qu'a soulevée M. Heap, et pour un débutant, monsieur Heap, vous vous en êtes vraiment très bien sorti aujourd'hui, d'où vient toute cette idée d'incitations négatives? Le savez-vous?

[Texte]

Mr. Chercover: Yes, I think I do.

The Chairman: Would you share it with us?

Mr. Chercover: I would be delighted. There is a natural instinct in departments like Communications that have a lot of constituents. They have the independent producers and they have the arts community and they have the theatre community and the dance community and they have a whole lot of constituents. While their objective might best be described as to deal with the needs of the country at large, they have to respond to those noise-making, subjective interests.

The Chairman: Just as politicians do.

Mr. Chercover: Exactly. The position that is still put by many, including people in Caplan-Sauvageau, is that we have not done what we have done. The record is not what the record is. The contortion to make the total service of all of our affiliates and the network read like CTV is an absolutely amazing contortion. There is 12.5% of our reserved time, the only time we control, the only time we sell, that which the CTV measures, that is CTV. There is 12.5% of which is Canadian drama in a given year. According to Caplan-Sauvageau, it is only 1%. It is only 12.5 times more. It is only a multiple of 12.5 half times. That is the fact, not the fiction.

The Chairman: Mr. Chercover, there seem to be two different optics, as they say in Ottawa. Somehow those I heard enthuse themselves about these incentives seem to feel that they are something the private sector will welcome with open arms because they are non-regulatory, non-confining, less inhibiting, and a freeing up of everything. Here we are hearing the champions of the private sector—people with a pretty good track record, thank you, in private broadcasting—saying they do not want any part of it because it is going to be more confining, more inhibiting, and less free.

• 1840

Mr. Chercover: These things are cumulative, sir. If you say to us we are going to take a tax off the top and let you earn it back on the basis of—

The Chairman: I remember that in the PGRT and the PIP grants. That is not news to me. We suffered through years of that in the west.

Mr. Chercover: I agree with you.

Mr. McGregor: Exactly.

Mr. Chercover: The other point, which was very well made earlier by Mr. Peters and Mr. McGregor, is you cannot have both. We have just come through a dramatic licence renewal, in which enormous demands were placed upon us. Now, if you want to switch the thing around and go for management by objective with a carrot or a stick, I do not care which it is, remove the burden from the white man's back and we will deal with the alternative. It is very simple. You cannot have both.

[Traduction]

M. Chercover: Je crois que oui.

Le président: Pouvez-vous nous le dire?

M. Chercover: Volontiers. Des ministères comme celui des Communications ont une clientèle énorme, qui comprend les producteurs indépendants, les artistes, acteurs et danseurs, et bien d'autres. Même si la vocation de ce genre de ministères consiste à répondre aux besoins de l'ensemble des Canadiens, ils doivent aussi servir les intérêts spécifiques de ces clientèles souvent bruyantes.

Le président: C'est comme les politiciens.

M. Chercover: Exactement. D'aucuns prétendent, y compris les auteurs du rapport Sauvageau-Caplan, que les résultats réels ne sont pas ceux que l'on dit. Il faut faire toutes sortes d'acrobaties pour que la totalité des services de toutes nos affiliées et du réseau soient présentés comme CTV. On nous dit qu'il y a 12,5 p. 100 d'émissions dramatiques canadiennes par an. En fait, selon le rapport Sauvageau-Caplan, il n'y en a plus que 1 p. 100. Par conséquent, les chiffres qu'on nous donne sont de douze fois et demie supérieurs à la réalité.

Le président: Monsieur Chercover, il y a deux optiques différentes, comme on dit à Ottawa. Ceux qui sont favorables à ces incitations semblent croire que c'est quelque chose que le secteur privé accueillera à bras ouvert parce qu'elles n'ont pas de portée réglementaire et parce qu'elles vous laissent une plus grande marge de manoeuvre. Par contre, ici, les défenseurs du secteur privé, ceux qui se sont fort bien débrouillés, merci pour eux, dans le domaine de la radiodiffusion privée, n'en veulent absolument pas car ils sont convaincus que ces incitations vont avoir exactement l'effet contraire.

M. Chercover: Tout cela s'accumule, monsieur. Si vous nous dites que vous allez supprimer une déduction systématique pour nous obliger à la justifier. . .

Le président: C'était la même chose avec les subventions de la TRPG et du PESB. Il n'y a rien de nouveau là-dedans. Nous en avons souffert pendant des années, dans l'Ouest.

M. Chercover: Je suis d'accord avec vous.

M. McGregor: Exactement.

M. Chercover: Par ailleurs, M. Peters et M. McGregor vous ont bien dit que vous ne pouviez pas faire les deux. Nous venons de traverser une période assez difficile, avec le renouvellement de notre permis, car on nous a imposé des exigences considérables. Si, maintenant, vous voulez changer de cap et adopter le style de la gestion par objectifs, avec la carotte et le bâton, peu m'importe, mais dans ce cas-là, délivrez-nous de notre fardeau. C'est très simple. Vous ne pouvez pas faire les deux.

[Text]

The Chairman: We are going to have some written questions for you, if you will be kind enough to respond to them. Again, many, many thanks.

Mr. McGregor: Mr. Chairman, it has been a delight to be with you this afternoon. We have enjoyed it, and we appreciate the questioning of all the members of your committee. They have really been excellent.

The Chairman: So have you.

Mr. Rothschild, I know you are not here as a working newsman, but I hope what you have endured this afternoon would have been of more than passing interest to you and it was not all just time-consuming.

Mr. Eric W. Rothschild (President, Radio-Television News Directors Association): Mr. Chairman, let us assure you it is of more than passing interest. It is very interesting, especially with my following the people from CTV and hearing what they had to say, and hearing your questions.

The Chairman: Please go ahead.

Mr. Rothschild: We thank the task force for the invitation to appear at these hearings to follow up on our written submission.

RTNDA Canada represents some 350 news directors from radio and television stations coast to coast. Our members are concerned about an issue that comes to the fore at the close of virtually every election period: what can you or can you not report during the waning hours of a provincial or municipal election campaign? Indeed, referendums are also covered by this. Our members worry that almost anything included in a broadcast could be deemed of a partisan political character if one isolates the intention of individual subjects. If a program becomes partisan whenever the actions or utterances of a subject are of a political nature, then broadcast journalists are in a very difficult situation. Whatever they report can put them in violation of section 28 of the Broadcasting Act.

Let me illustrate the point with some examples. If during the closing hours of a provincial election campaign a candidate reveals that a rival has a history of psychiatric problems, under current regulations we would not legally be allowed to report the story. Should a candidate report that a rival stands charged with a crime, we would not be entitled to report it unless we provide each opponent with an opportunity to respond. This could lead, as counsel well knows, to the broadcast of contemptuous statements.

[Translation]

Le président: Nous allons vous faire parvenir des questions par écrit, auxquelles je vous demanderais de bien vouloir répondre. Merci beaucoup d'être venus.

M. McGregor: Monsieur le président, nous sommes très heureux d'avoir pu discuter avec vous cet après-midi. C'était très intéressant, et c'est avec plaisir que nous avons répondu aux questions des membres du Comité, questions qui étaient toutes fort judicieuses.

Le président: Vos réponses étaient aussi très intéressantes.

Monsieur Rothschild, je sais que vous ne comparez pas aujourd'hui à titre de journaliste, mais j'espère quand même que les discussions de cet après-midi ont su vous intéresser, même si elles ont exigé pas mal de patience de votre part.

M. Eric W. Rothschild (président de l'Association canadienne des directeurs de l'information en radiotélévision): Monsieur le président, rassurez-vous, ces discussions m'ont extrêmement intéressé, surtout les témoignages des représentants de CTV et les questions que vous avez posées.

Le président: Vous avez la parole.

M. Rothschild: Nous tenons à remercier votre Comité de nous avoir invités à participer à ces audiences, suite au mémoire que nous vous avons soumis.

L'Association canadienne des directeurs de l'information en radiotélévision représente à peu près 350 directeurs de l'information de stations de radio et de télévision, d'un océan à l'autre. Nos membres se posent des questions sur un sujet qui revient à l'avant-scène pratiquement à la fin de chaque mandat électoral: quelles nouvelles peut-on annoncer pendant les dernières heures d'une campagne électorale provinciale ou municipale? Bien sûr, cela comprend aussi les référendums. Nos membres craignent que la quasi-totalité des informations composant un bulletin de nouvelles soient considérées comme étant de nature partisane. En effet, si une émission revêt un caractère partisan à partir du moment où les actes ou les déclarations d'un sujet sont considérés comme étant de nature politique, les journalistes se retrouvent alors dans une situation très difficile car, à tout moment, ils risquent de contrevenir à l'article 28 de la Loi sur la radiodiffusion.

Permettez-moi de vous donner quelques exemples. Si, pendant les dernières heures d'une campagne électorale provinciale, un candidat révèle qu'un de ses rivaux a eu jadis des problèmes psychiatriques, les règlements actuels nous interdisent de diffuser cette nouvelle. Si un candidat annonce qu'un de ses rivaux est inculpé d'une infraction, nous ne pouvons diffuser cette nouvelle qu'à la condition d'offrir à chaque adversaire l'occasion de répondre. Cela risque d'aboutir, et l'avocat le sait parfaitement, à la diffusion de propos méprisants.

[Texte]

[Traduction]

• 1845

If the premier, on the eve of an election, announces a government-funded project, we could not mention it. In each case print journalists would have total freedom to report on the events. Newspapers have the right, and exercise it with regularity, to report in full detail on a political campaign on voting day. Broadcasters do not enjoy such freedom because to do so would put them in violation of what is currently understood to be partisan political programming. While this may not have been the intent in drafting section 28 of the Broadcasting Act, unfortunately it is the situation broadcast journalists face during every election period.

RTNDA Canada believes the task force could resolve the situation by clarifying what is defined to be a partisan political broadcast and by removing news and information programming from the blackout restriction.

RTNDA Canada would propose partisan political broadcasts or programming be defined as that created or produced by a political party, candidate or lobby group which is aired without any involvement of the broadcaster other than the provision of air time. This would define a partisan political program as either a paid commercial or material aired in a free-time broadcast not under the editorial control of the licensee and therefore subject to the restrictions currently in place. This would go a long way towards eliminating the current state of confusion.

RTNDA Canada is opposed to any restrictions as detailed in section 28 of the Broadcasting Act, most especially the sections on blackout provisions which affect news and information programming.

In our opinion, the close of an election campaign is no different from any other time during the election period. At all times it is the responsibility of the broadcaster to exercise proper editorial judgment. News must be judged not in terms of the intention of the newsmaker, but in terms of the perception or impact of the actions of the newsmaker on members of the community. Judgment about newsworthiness is best left in the hands of professional journalists.

Before we answer questions you might have about section 28 of the Broadcasting Act, we feel compelled to advise the task force of our concerns about proposed changes to the Canada Elections Act.

Section 70 of the act would restrict journalists from publishing or broadcasting the fact that a complaint has filed under the Elections Act. It would be illegal to publish or broadcast the identity of the target of any complaint until prosecution has commenced. Disputes between parties of candidates or complaints by electors

Si, la veille des élections, un premier ministre faisait l'annonce d'une nouvelle initiative financée par le gouvernement, nous n'aurions pas le droit de signaler ce fait. Cependant, dans chacun de ces exemples, rien n'empêcherait la presse écrite d'en faire état. Les journalistes de la presse écrite ont le droit—dont ils se prévalent régulièrement d'ailleurs—d'assurer un reportage très détaillé d'une campagne politique le jour même du scrutin. Les journalistes de la presse parlée ne peuvent en faire autant sans violer les dispositions de la loi concernant ce qu'on appelle la programmation partisane. Même si, en rédigeant l'article 28 de la Loi sur la radiodiffusion, on n'a pas voulu cette anomalie, celle-ci n'en contrarie pas moins tout journaliste des médias électroniques travaillant en période électorale.

L'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision croit que le Comité serait en mesure de résoudre ce problème en démêlant la définition d'une émission partisane et en faisant relâcher la restriction sur les émissions d'actualités et d'informations.

Comme définition d'une émission partisane, notre association proposerait: tout émission conçue ou réalisée par un parti politique, un candidat ou un groupe de pression et diffusée sans apport de la part du titulaire de licence autre que le temps d'antenne. elle se présenterait sous forme d'annonce payée, ou bien ferait partie de la programmation diffusée à titre gratuit et exempté du contrôle du titulaire de licence. Une émission partisane ainsi définie serait soumise aux restrictions actuelles. Cette définition réduirait beaucoup la confusion qui règne actuellement.

L'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision s'oppose à toutes restrictions du genre énoncé à l'article 28 de la Loi sur la radiodiffusion, et surtout à celles imposant une période de restriction aux émissions d'actualité et d'information.

À notre avis, le terme d'une campagne électorale ne diffère en rien de tout autre moment de la période électorale. Les journalistes de la presse parlée sont chargés de faire preuve de discernement à tout moment. Il ne faut pas évaluer les événements selon les intentions des protagonistes, mais plutôt selon les répercussions de ces événements et leur perception dans la communauté. Les journalistes professionnels sont les mieux habilités pour juger de l'intérêt pour le public d'un événement donné.

Avant de répondre à vos questions concernant l'article 28 de la Loi sur la radiodiffusion, nous trouvons impératif de vous faire part de nos inquiétudes concernant les amendements proposés à la Loi électorale du Canada.

En vertu de l'article 70 de la Loi électorale, les journalistes n'auraient le droit de rendre publics ou de diffuser ni le dépôt d'une plainte en vertu de cette loi, ni l'identité de la personne visée par la plainte, avant que la poursuite ne soit intentée. En règle générale, les conflits entre les partis ou les candidats, ainsi que les plaintes

[Text]

are usually very volatile, heated and public. RTNDA Canada feels it is not in the public's interest to restrict this process in any manner.

A second area of particular concern to RTNDA Canada is section 98 of the act, which places onerous restrictions on how broadcasters report on opinion polls. If this opinion poll provision becomes law, it will probably mean that such polls concerning candidates and parties will not be broadcast in regular newscasts. There simply would not be enough time to recite all the pertinent information required under the proposed legislation. However, the most fundamental concern about this provision is that it directly breaches freedom of expression by making people publish or broadcast things they do not choose to say. Laws normally do not make you do things; they simply stop you from doing things.

Another surprising aspect of this proposal is that it is not even limited to election periods; it will operate at all times. While the Canada Elections Act is not what RTNDA Canada was invited here to discuss, we believe it is of sufficient importance to bring to the task force's attention. We would be happy to answer any questions you might have.

The Chairman: Thank you, Mr. Rothschild.

M. Blackburn (Jonquière): Vous parliez des difficultés que peuvent poser certaines règles pendant une campagne électorale, et vous citiez deux exemples, entre autres dire qu'un candidat a suivi des examens psychiatriques ou autres.

• 1850

Je me demande jusqu'où peut aller la liberté des médias d'information. On ne peut tout de même pas nier l'impact d'une nouvelle présentée à la veille d'une élection. De plus, la nouvelle peut même être fausse, et ce n'est qu'après l'élection que la station de radio ou de télévision pourra dire aux gens qu'elle s'est trompée et qu'elle se rétracte. Pendant ce temps, le candidat peut payer cher cette chose qui n'est pas tout à fait vraie. Est-ce que votre groupe a pensé à la question des sondages pendant une campagne électorale? À votre avis, est-ce qu'une loi devrait interdire toute divulgation de résultats de sondages pendant une campagne électorale?

Mr. Rothschild: I think the poll, whether it is during an election or at any other time, is of sufficient interest that we should be allowed to analyse the results and to broadcast what we feel is appropriate for broadcast. Our objection is to being told that we are required to broadcast not only the results of the poll but also the questions and all of this background information.

In other words, we feel that requiring all this information to be broadcast and saying how a poll must be handled—this is not restricted to a poll during an election campaign but includes a poll at any time—is

[Translation]

déposées par les électeurs, sont de nature explosive et passionnée et n'ont rien de secret. Notre association est d'avis que toute entrave à la publication de ces informations n'est pas dans l'intérêt public.

L'article 98 de cette Loi est une deuxième source d'inquiétude pour nous: il impose de sérieuses entraves aux reportages diffusés sur les sondages. Si cet amendement concernant les sondages était adopté, les sondages sur les candidats et les partis politiques seraient en toute probabilité exclus des émissions régulières d'actualités. Le temps ne permettrait tout simplement pas de réciter les renseignements pertinents envisagés par l'amendement proposé. Cependant, l'aspect de cet amendement qui nous préoccupe le plus est la restriction directe qu'elle impose à la liberté d'expression: il rend obligatoire la publication ou la diffusion—même non voulue—de certaines informations. Normalement, les lois sanctionnent des actions, sans en imposer.

Par ailleurs, le fait que cet amendement serait en vigueur en permanence, sans se limiter aux périodes électorales, nous surprend. Même si vous ne nous avez pas convoqués pour discuter de la Loi électorale du Canada, nous la croyons suffisamment importante pour que vous en preniez connaissance. Nous serions heureux de répondre à vos questions.

Le président: Merci, monsieur Rothschild.

Mr. Blackburn (Jonquière): You mentioned problems during an election campaign that the regulations might cause, and you gave two examples, including that of a candidate with a history of psychiatric or other problems.

I wonder just how far news media freedom can go. I cannot deny that news broadcast the day before an election does have some impact. And, this news may even be erroneous, and the radio or television station will be able to inform people of its error, and issue a retraction, only after the election. In the meantime, a candidate may pay a high price for inaccurate information. Has your group addressed the issue of polls during election campaigns? In your opinion, should there be a law restricting the publication of any poll results during election campaigns?

M. Rothschild: À mon avis, un sondage, qu'il soit mené en période électorale ou à n'importe quel autre moment, revêt suffisamment d'intérêt qu'il faudrait nous permettre d'en analyser les résultats et de diffuser les détails jugés pertinents. Nous désapprouvons l'obligation de diffuser non seulement les résultats d'un sondage, mais aussi les questions posées et toutes sortes de renseignements supplémentaires.

Autrement dit, nous trouvons mal à propos l'exigence de diffuser tous ces renseignements ainsi que le fait que l'on nous prescrirait la forme de notre reportage sur un sondage—n'importe lequel, non seulement ceux menés

[Texte]

inappropriate. This is not what the media—and by that I mean journalists—should be required to do. There should not be regulations to this effect. We feel that it goes against the tradition of freedom of expression entirely.

M. Blackburn (Jonquière): Permettez-moi de vous interrompre. Je ne suis pas sûr qu'on ne doit pas commencer à se pencher très sérieusement sur cette question. Aujourd'hui, il faut écrire sur un paquet de cigarettes que «ce n'est pas bon pour votre santé». On veut limiter la publicité sur l'alcool. On intervient dans de nombreux secteurs. On veut même interdire la publicité sur la cigarette. Pourquoi? Pour protéger les Canadiens et les Canadiennes, pour protéger la population. Quand on laisse les médias publier n'importe quand des résultats de sondages, quand on leur laisse faire tout ce qu'ils veulent, est-ce qu'on ne risque pas d'entraîner les Canadiens et les Canadiennes dans une direction qui n'est peut-être pas saine?

Mr. Rothschild: Hopefully you are not attempting to say that publishing or broadcasting the results of a poll can be as direct a health hazard as smoking a cigarette can be.

The Chairman: During an election campaign.

Mr. Blackburn (Jonquière): It may be worse.

Mr. Gormley: If you are Jean Chrétien during the leadership convention, it can be.

Mr. Rothschild: You are putting us in a position of asking whether it is in the public's best interest to get the results of these polls. It seems to me that is what your question would imply, Mr. Blackburn. You are saying regulations regarding polls are appropriate because it may not be in the public's best interest—or the public's health—to receive the results of this poll.

If I am correct in interpreting your question this way, I must say I am rather startled by it in the sense that... As journalists, we are taught—it is drummed in from the very beginning—that ours is not to sit there and act as a censor to decide whether it is in the public's interest; ours is to report on what is, not to act as a filter in that manner.

• 1855

Mr. Stuart Robertson (Legal Counsel, Radio-Television News Directors Association of Canada): It is my understanding that we are talking not just about polls that have been commissioned by the media themselves; we are also talking about polls that have been commissioned in the main by the political parties, by Carleton University, and by many other kinds of people who tend to commission polls and conduct polls.

We are talking here about a legal requirement placed just upon broadcasters, as far as our interests relate; we are not talking about any obligation placed upon the

[Traduction]

durant une période électorale. Ce n'est pas cela qu'on devrait demander à nos médias et à nos journalistes de faire. La réglementation n'a pas sa place dans cette question; d'après nous, cela est absolument contraire à la tradition de la liberté d'expression.

Mr. Blackburn (Jonquière): Allow me to interrupt. I am beginning to think we should address this issue very seriously. These days, we have to print a health warning on cigarette packages. We want to limit alcohol advertising. We intervene in a number of areas. We even want to ban cigarette advertising. Why are we doing this? We are doing it to protect Canadians, to protect the public. If we allow the media to publish poll results at any time, if we give them carte blanche, are we not risking an unhealthy trend for Canadians?

M. Rothschild: J'espère que vous ne voulez pas dire que la publication ou la diffusion des résultats d'un sondage peut représenter un risque pour la santé aussi direct que l'usage du tabac.

Le président: Lors d'une campagne électorale.

M. Blackburn (Jonquière): Cela peut être encore pire.

M. Gormley: Pour un Jean Chrétien en plein congrès d'investiture, le risque peut être encore plus direct.

M. Rothschild: Si j'ai bien compris votre question, monsieur Blackburn, vous voulez qu'on se prononce sur la question suivante: est-il dans le meilleur intérêt du public de fournir les résultats de ces sondages? Vous dites que connaître les résultats d'un sondage peut ne pas être dans le meilleur intérêt du public—ni même dans l'intérêt de la santé publique—et que le règlement en ce qui concerne les sondages est convenable.

Si mon interprétation de votre question est exacte, j'avoue que je la trouve un peu alarmante parce que... Depuis le début de nos carrières de journalistes, et on y insiste, on nous enseigne que notre fonction n'est pas de jouer les censeurs, ni de filtrer les nouvelles, ni de décider de leur intérêt public; notre fonction est de rendre compte de l'actualité.

M. Stuart Robertson (avocat-conseil, Association canadienne des directeurs d'information en radio-télévision): Sauf erreur, il est question non seulement des sondages commandés par les médias, mais aussi de ceux commandés ou menés par des organismes comme les partis politiques ou l'université Carleton, par exemple.

Par opposition aux avis éventuels émanant du ministère de la Santé nationale, il s'agit ici d'une obligation législative imposée aux seuls radiodiffuseurs,

[Text]

other people to be careful in the preparation of the polls in providing the same kind of warnings that the Surgeon General may want to provide.

This raises a very important point, that we are not here taking a position that, gosh, the media should be somehow treated differently from anybody else when it should go out and commission a poll. But if there is a genuine interest in protecting the Canadian populace from misdirected polls or poorly put-together polls, then maybe indeed we could get involved in some kind of filing of this kind of information with the elections officials so that any member of the public could go and see a copy of the questionnaire and the date of the first and last interview and all those good things.

I leave it to you, the elected members, to engage in those kinds of debates. But here we are talking about a legal restriction—in fact a legal obligation, a positive obligation, which is a most unusual thing in our laws—for just broadcasters themselves, as far as we are concerned, somehow to protect the public from errors in the main made by other people.

M. Blackburn (Jonquière): Je saisis bien l'idée que vous faites valoir. Vous souhaitez qu'il n'y ait aucune restriction. Vous voulez pouvoir publier les résultats de vos sondages sans avoir à dire la façon dont les réponses ont été compilées ou dont les questions ont été posées. Je pense que je comprends bien ce que vous voulez dire. Cependant, je tiens à vous dire que je suis allé au-delà de cela et que je m'interroge sur toute la question des sondages en période de campagne électorale. Merci.

Mr. Gormley: Welcome to the committee. It feels a little like old home week for me, having been a dues-payer to NABET for a number of years and having been at more RTNDA meetings than I care to remember. It has been a very refreshing afternoon.

I approach your presentation in a twofold fashion. I would like to comment on the polls question, and perhaps spar with you a little on that, and then to try to get your opinion as a professional news-gatherer or journalist on Caplan-Sauvageau particularly, and some recommendations there about news coverage.

This question of polls is an interesting one, and I can think of no question that has perplexed me more. I have been a journalist much longer than I have been a politician, and I have spent a number of days reflecting on this. We come up with some very interesting points to ponder.

First of all, I take a line from your letter and your brief:

Laws normally do not make you do things; they simply stop you from doing things.

I would question your legal counsel on that reference.

[Translation]

aucune obligation semblable n'étant imposée aux autres intervenants dans la préparation des sondages.

C'est très important. Nous ne vous disons pas: voyons donc, les médias qui commandent des sondages devraient bénéficier d'un traitement de faveur. Si, par contre, on tient vraiment à protéger le public canadien des sondages mal ciblés ou mal conçus, à ce moment-là, en effet, nous pourrions consentir au dépôt de ce genre de renseignement auprès des responsables des élections; ainsi, tout particulier pourrait consulter les questionnaires et connaître la date de la première ou de la dernière intervention ainsi que d'autres renseignements tout aussi utiles.

Je vous laisse le soin, en tant que députés, d'engager les débats voulus. Ce qui nous préoccupe, nous, est une restriction d'ordre législatif, une obligation fondée dans la loi et exigeant une certaine action—chose inusitée chez nous, d'ailleurs—s'appliquant aux seuls radiodiffuseurs et visant, vaguement à notre avis, à protéger le public des erreurs d'autrui.

Mr. Blackburn (Jonquière): I understand your point. You do not wish to see any restrictions. You wish to be able to publish poll results without having to indicate how the answers were compiled or how the questions were asked. I think I fully understand what you mean. However, I would like to point out that I went beyond that aspect; I am concerned about the whole issue of polls during election campaigns. Thank you.

M. Gormley: Bienvenue devant le Comité. Je me sens en terrain de connaissance. Pendant bien des années, j'ai été membre de l'Association nationale des employés et techniciens en radiodiffusion, et je n'aimerais pas avoir à me rappeler le nombre de réunions de l'Association canadienne des directeurs d'information en radiotélévision auxquelles j'ai assisté. L'après-midi a été très stimulante.

Ma réaction à votre présentation est double. J'aimerais commenter la question des sondages et la discuter un peu avec vous; ensuite, j'aimerais connaître votre avis en tant que journaliste de profession sur le rapport Sauvageau-Caplan et ses recommandations concernant le reportage de l'actualité.

La question des sondages est intéressante; d'ailleurs nulle autre question ne m'a laissé aussi perplexe. J'ai été plus longtemps journaliste que politicien, et j'ai réfléchi pendant plusieurs jours à cette affaire, dont plusieurs aspects valent la peine d'être étudiés.

D'abord, je cite votre lettre et votre mémoire:

Normalement, les lois sanctionnent simplement des actions, sans en imposer.

En mettant cette notion en question, je m'adresse à votre avocat-conseil.

[Texte]

If I choose to go hunting, then the law makes me carry my hunting rifle unloaded. It makes me do that. It therefore stops me from being in a position where I may kill someone. Similarly, the law stops you, in this proposed law, from providing inconclusive, misleading, and potentially politically mischievous polls by making you provide some background.

Mr. Rothschild: It is not limited to political polls or election polls. It is any poll.

Mr. Gormley: Indeed, that is something we may have to look at; but I think as politicians... and certainly the thrust of the Canada Elections Act is to deal with political polls. Similarly, we talk about the public's interest. Is it in the public's interest not to have information that might be necessary to understand the results of a poll? I ask you that question rhetorically.

I would commend a book I found very interesting a couple of years ago called *The Newsmongers*, written by a couple of journalism professors, who deal with the question of poll sponsorship.

• 1900

Again, all of us who have been involved in journalism for any length of time I think naturally would suspect the origin of certain polls. I recall this during leadership conventions particularly. But given the announcement already by Southam News and Angus Reid that they will poll at least every three weeks—and this was an announcement made late in 1984, after the election of this government—we have certainly changed the cosmetics of non-election polling. As opposed to the old Gallup, which appeared for years on simply party popularity, we now have regular polls on not only issues but the political view of the day.

Given this, and four or five other polling companies that have burgeoned recently, I will bet you more than a nickel that the next federal election campaign, as was the case recently in England, will have a poll roughly every three days. Besides the obvious question about polling as part of the reportage of an election—and I think most responsible journalists are beginning to question that—there certainly is the view of whether we are simply doing horse racing, with some notion as to realizing which horse is going to be at the head of the line before the other horses get there, or whether we are doing responsible journalistic coverage.

These are more thoughts than a question. But I do go back to the poll methodology, to who sponsored it, to the question. And these are not particularly onerous

[Traduction]

Si je décide d'aller à la chasse, la loi m'oblige à transporter mon fusil de chasse non chargé. C'est une obligation positive. La loi m'empêche de tuer quelqu'un. De la même façon, en vous obligeant à fournir des renseignements supplémentaires, cette législation proposée vous empêche de rendre publics des sondages incomplets, trompeurs, ou ayant des conséquences politiques éventuellement néfastes.

M. Rothschild: Cet amendement ne se limite pas aux sondages politiques ou électorales. Il vise tous les sondages.

M. Gormley: En effet, il faudrait peut-être nous y pencher; mais je pense qu'en tant que politiciens... Et la loi électorale vise évidemment les sondages politiques. Par ailleurs, il est question de l'intérêt public. Je vous pose cette question pour la forme: Est-il dans l'intérêt public de ne pas fournir les renseignements qu'il faudrait pour comprendre les résultats d'un sondage?

Je vous recommande la lecture d'un livre que j'ai lu voilà environ deux ans et qui m'a beaucoup intéressé. Le livre s'intitule *The Newsmongers*; les auteurs, deux professeurs de journalisme, traitent de la commandite des sondages.

Tous ceux qui ont fait du journalisme pendant un certain temps réussissent à deviner par qui certains sondages sont effectués. Je me souviens notamment des congrès à la direction des partis politiques. À la fin de 1984, soit après l'élection du gouvernement actuel, les sociétés Southam News et Angus Reid ont annoncé qu'elles feraient un sondage au moins toutes les trois semaines, ce qui a modifié considérablement les caractéristiques des sondages effectués en période non électorale. Contrairement à l'ancien Gallup, qui, pendant des années, mesurait uniquement la popularité des différents partis, nous avons dorénavant des sondages réguliers non seulement sur les problèmes qui nous concernent mais aussi sur la cote des différents partis politiques.

Dans ces circonstances, et vu que quatre ou cinq sociétés de sondage sont récemment apparues sur le marché, je mets ma main au feu que pour les prochaines élections fédérales, nous aurons un sondage à peu près tous les trois jours, et c'est exactement ce qui s'est passé récemment en Angleterre. Mis à part la question de savoir si le sondage doit faire partie du reportage sur une élection, et je crois que la plupart des journalistes responsables commencent à en douter, il faut également se demander si tout cela ne revient pas à miser sur des chevaux de course, d'où la nécessité de savoir lequel d'entre eux atteindra la ligne d'arrivée avant les autres. Est-ce là du journalisme responsable?

Ce ne sont pas tant des questions que des pensées que je vous livre à voix haute. Pour en revenir cependant à la méthodologie des sondages, à la question de savoir qui les

[Text]

qualifications to ask either in the print medium or in the electronic broadcasting medium.

Mr. Rothschild: I have no argument with you on talking about who sponsored it or who did the poll. I cannot recall ever broadcasting the results of a poll without mentioning those particular facts. And I understand your concern about spurious polls, or polls of dubious value. But this proposed legislation goes so much further than that that it would truly mean broadcasters would not be able to broadcast the results of polls. Not only that, the potential implications if someone happens to mention the results of a poll, if a figure mentions a poll as part of a presentation to a rally or to supporters, or to whatever, we would not be able to mention the poll in our story without going back to all the information this proposed legislation requires. Again, I am trying to show the absurdity, from our point of view, of the proposal.

You come back to the point of what is the objective here? Is the objective to... I think you used the term "horse racing", seeing a poll every three days. I think the decision-making there should rest with the professional journalists, in deciding, are we being used? Are we being manipulated by the individuals producing these polls? Is there a value to this poll? We sit there and we look at it on an ongoing basis, as you do with any story, in making an editorial judgment on whether it is appropriate to put into a newscast. But at least you have the freedom to do that. With this proposed legislation we would not.

Mr. Gormley: I have agonized over this and I have come to the conclusion, very regrettably for the career that is still my first love, given the wide coverage through Canadian Press particularly of the Southam-commissioned Reid polls that most stations are doing a rip-and-read. They are ripping a CP story off the wires saying the latest Angus Reid poll says thus.

The news organization you work for quite likely ran a story about eight weeks ago on an interesting dimension, that 67% of Canadians find that Ed Broadbent is palatable as a Prime Minister. They did not report the methodology, which said:

A lot of people say lately that it will not be long before Ed Broadbent is the Prime Minister and the NDP are elected.

That was the preface to that question, which puts a slightly different dynamic on the interpretation. But if you work for the electronic media, your operation likely ripped-and-read the CP story—a very short story—that indicated that particular line.

[Translation]

parraine, comment la question est posée, etc., je ne vois pas pourquoi on ne pourrait pas en parler dans la presse écrite aussi bien que dans les médias électroniques.

M. Rothschild: Moi non plus, je ne vois pas pourquoi on cacherait l'origine du sondage en question. En fait, je ne me souviens pas d'avoir diffusé les résultats d'un sondage sans mentionner tout cela. Vous avez raison de critiquer les sondages spécieux ou de valeur tout à fait douteuse. Toutefois, ce projet de loi va tellement plus loin qu'il empêcherait en fait les radiodiffuseurs d'annoncer les résultats des sondages. De plus, s'il arrive que quelqu'un fasse allusion au résultat d'un sondage, dans quelque contexte que ce soit, lors d'un meeting ou devant des partisans, nous ne pourrions pas parler du sondage en question dans notre reportage sans indiquer également toutes les informations qu'exige ce projet de loi. J'essaie donc de vous montrer pourquoi cette proposition nous paraît absolument absurde.

Vous vous demandez quel est l'objectif de tout cela. S'agit-il de... Vous avez même parlé de «course de chevaux», avec un sondage tous les trois jours. À mon avis, c'est aux journalistes professionnels de veiller à ne pas se faire manipuler par les auteurs de ces sondages. Il faut se demander si les sondages en question sont vraiment valables. C'est ce que nous faisons en permanence, comme avec n'importe quelles nouvelles, et c'est en fonction de cela que l'équipe de la rédaction décide de l'inclure ou non dans le bulletin de nouvelles. Nous avons donc au moins la liberté de prendre cette décision. Or, le projet de loi nous la retirerait.

M. Gormley: J'ai longuement réfléchi à tout cela et j'en suis arrivé à la conclusion, tout à fait à contrecœur d'ailleurs, car le journalisme est la carrière que j'ai toujours préférée, que la plupart des stations, surtout celles de Canadian Press qui diffusent les sondages Reid commandés par Southam, que la plupart de ces stations, donc, lisent bêtement les résultats des sondages, et c'est tout. Elles découpent le télex de la CP et se contentent de lire les résultats du dernier sondage Angus Reid.

La société pour laquelle vous travaillez a certainement diffusé, il y a à peu près huit semaines, les résultats d'un sondage qui en sont un bon exemple. Il a été en effet annoncé que 67 p. 100 des Canadiens trouvaient que Ed Broadbent ferait un premier ministre tout à fait acceptable. Or, ces stations n'ont absolument pas parlé de la méthodologie du sondage, et encore moins de la façon dont la question avait été formulée. Celle-ci était présentée comme suit:

Bon nombre de personnes prétendent depuis quelque temps que le NPD sera bientôt élu et que Ed Broadbent sera bientôt premier ministre.

Voilà donc quel était le préambule de la question, et vous pouvez donc constater qu'elle se prête alors à une interprétation légèrement différente. Or, si vous travaillez pour des médias électroniques, votre station s'est fort probablement contentée de lire bêtement les quelques lignes préparées par la CP.

[Texte]

Again, I think I am trading opinions with you here, but I frankly have come to the conclusion, as a legislator who will likely one day be a journalist again, that regrettably that professional judgment is not there.

• 1905

Mr. Robertson: Regrettably, that is probably true. On the other hand, looking at it as a matter of broadcasting policy, what we are inviting the committee to do is examine the policy with a view to what we expect of legislation and regulation with regard to the free flow of information.

There is nothing wrong with a person getting up and pointing to a poll. In the cut and thrust of the political world, we have to allow for mistakes, opinions, and disagreements. We have to countenance information, right or wrong, being transmitted between people. We are inviting you to look at this in terms of what we expect of the broadcasting system. Do we expect it to be filtered so that people get information only in a certain way?

It is a very complicated mix, but we would like you to consider the the policy of placing restrictions on broadcasters.

Mr. Gormley: In my news director days, any politician who would refer to a poll in a campaign needs his head read. I know enough politicians who, when asked after the newscast, said they consulted five guys out in the hallway and they had them at 90%. So I would question the journalistic judgment of your example.

I would generally look at news coverage in Canada. With regard to the CBC and the private broadcaster providing news coverage, we have travelled the country and heard a number of representations about the role of CBC.

I would like to find out, first of all, in terms of the national and the regional markets, what role the CBC plays in providing good regional news coverage. Is it something that is very important to the industry? Is it the top calibre of regional news coverage? How does it compare to private broadcasters?

Mr. Rothschild: I think you know that RTNDA is proud to have both public- and private-sector journalists as members of the association. Indeed, my immediate predecessor came from the CBC. We think the work the CBC is doing is of terrific value to broadcast journalism, equal to what private broadcasters are doing.

[Traduction]

Tout cela n'est que discussion, mais je vous avoue franchement, en tant que législateur qui reprendra très certainement un jour sa carrière de journaliste, que j'en suis arrivé à la conclusion fort regrettable qu'il y a, dans ce domaine, un grave manque de conscience professionnelle.

M. Robertson: Malheureusement, c'est sans doute vrai. Par ailleurs, dans le contexte de la politique sur la radiodiffusion, nous invitons le Comité à examiner sérieusement les conséquences de la législation et de la réglementation sur la liberté de l'information.

Il n'y a rien de mal à annoncer les résultats d'un sondage. Au milieu de toute cette agitation politique, il faut accepter les erreurs, les opinions des autres et les désaccords. Qu'elles soient exactes ou non, les informations doivent pouvoir être communiquées librement d'une personne à l'autre. Nous vous invitons donc à examiner toute cette question en fonction de ce que nous attendons du système de radiotélédiffusion. Voulons-nous que ce système soit filtré au point que les Canadiens ne recevront que certains types d'informations?

Il est très difficile de faire la part des choses, mais nous aimerions que vous examiniez de près toutes ces restrictions qui sont imposées aux radiotélédiffuseurs.

M. Gormley: Depuis l'époque où j'étais rédacteur en chef, je pense que les politiciens qui mentionnent des sondages pendant une campagne ont vraiment besoin de se faire soigner. Combien d'entre eux répondent, quand on leur demande des précisions sur le dernier sondage qui a été diffusé, que sur les cinq personnes qui étaient dans le couloir, 90 p. 100 étaient d'accord avec lui. Je ne suis donc pas convaincu par l'exemple que vous avez donné au sujet du jugement que doit porter le journaliste professionnel.

Pour ce qui est maintenant de la façon dont les nouvelles sont rapportées au Canada, qu'il s'agisse de CBC ou des stations privées, nous nous sommes rendus dans plusieurs villes du pays et avons entendu un certain nombre de témoignages quant au rôle que CBC devrait jouer.

J'aimerais tout d'abord que vous me parliez du rôle de CBC dans la couverture des nouvelles régionales, et ce, à la fois sur le marché national et sur les marchés régionaux. Est-ce que ce rôle est très important pour l'industrie dans son ensemble? CBC est-elle du calibre supérieur en ce qui concerne la présentation des nouvelles régionales? Comment se situe-t-elle par rapport aux stations privées?

M. Rothschild: L'ACDIR est, comme vous le savez, fière de compter parmi ses membres des journalistes du secteur public et du secteur privé. En fait, j'ai succédé à un journaliste de CBC. Nous estimons que CBC, tout autant que les stations privées, contribuent précieusement au journalisme de la radio et de la télévision.

[Text]

The role of CBC news, radio or television, is different from the role of the private broadcaster only in the sense that they have a much greater commitment to news and information than most private broadcasters. On the whole, they do a terrific job.

• 1915

I think that Canadians in general benefit from having this diverse system. You have everything from the 60-second news brief on some private radio stations to the extended newscasts that you hear on CKO and to the news coverage that is provided by CBC. I think in an overall mix, it only makes for a terrific system.

Mr. Gormley: What I am leading to is my final question. If the CBC began to reduce evening regional news coverage on its affiliate stations or at least on its small owned and operated stations, would it have a deleterious effect on the local news-gathering market in terms of its competitiveness and in terms of, as you say, the access to which consumers have a number of newscasts? I have set it up so you can just say yes.

Mr. Rothschild: I do not know.

Mr. Gormley: You do not think or you are not sure if there would be a negative effect if the CBC was to start withdrawing regional news services.

Mr. Rothschild: Obviously you have set me up to say yes, but I do not know. I have not been out there in every sector seeing what role the private broadcasters are playing in the depths of New Brunswick or comparing what the private broadcasters are doing compared to the CBC. I think that would find that there are far more private broadcasters in more remote areas and that they tend to be doing a terrific job.

I think of the Okanagan Valley in British Columbia and I think of all the private broadcasters out there. I am asking what detrimental effect there would be if the CBC cut back. I do not know, because I am not aware of the role the CBC is playing. I do not know what kind of people they have out there in the Okanagan. However, I do know quite well the presence of the private broadcasters.

The Chairman: Mr. Rothschild, we are almost finished. When we were in London, Ontario, in September we heard from Peter Desbarats, Michael Nolan, and Taylor Parnaby, who spoke about this whole question of journalistic accountability. I think maybe this is what is at the root of the bill on the polls. It is a subject that has become an obsession with me, because I was a member of your forerunner association. I was a news director for a living at one time, and now I am involved with the public policy area.

I must say that the book John Gormley referred to, *The Newsmongers*, is a good read. If you have not read it,

[Translation]

CBC, radio et télévision, se distingue toutefois des stations privées en ce sens que celle-là accorde beaucoup plus d'importance aux émissions de nouvelles et d'informations que la plupart de celles-ci. Dans l'ensemble elles font toutes un travail fantastique.

En général, je pense que ce système diversifié est à l'avantage des Canadiens. La gamme est complète et comprend les brèves annonces de 60 secondes de certains postes de radio privés aussi bien que les informations détaillées de CKO et les émissions d'actualités offertes par la CBC. Ce mélange résulte tout simplement en un système global formidable.

M. Gormley: J'en arrive à ma dernière question. La réduction éventuelle par Radio-Canada des bulletins régionaux du soir diffusées par ses stations affiliées ou du moins par les petites stations lui appartenant nuirait-elle à la concurrence journalistique dans les localités touchées, ou encore, comme vous l'avez signalé, à la variété de nouvelles auxquelles le public a accès? J'ai exprimé ma question de façon à vous encourager à dire oui, sans plus.

M. Rothschild: Je ne sais pas.

M. Gormley: Vous ne pensez pas ou ne savez pas si un retrait éventuel par Radio-Canada des services régionaux d'actualités aurait un effet néfaste.

M. Rothschild: Évidemment, votre question suscite une réponse affirmative, mais je ne sais pas. Je n'ai pas visité tous les secteurs ni vu le rôle des radiodiffuseurs du secteur privé au fin fond du Nouveau-Brunswick, ni comparé leur rôle aux activités de Radio-Canada. Je pense qu'on trouverait beaucoup plus de radiodiffuseurs du secteur privé dans les régions éloignées, et je pense qu'on trouverait des gens en général qui font un travail magnifique.

Je pense à tous les radiodiffuseurs du secteur privé dans la vallée de l'Okanagan, en Colombie-Britannique, et je me demande quels effets nuisibles entraînerait une compression chez Radio-Canada. Je ne sais pas la réponse, parce que je ne connais ni le rôle ni le personnel de Radio-Canada dans la vallée de l'Okanagan. Par contre, j'y connais bien les radiodiffuseurs du secteur privé.

Le président: Monsieur Rothschild, nous avons presque terminé. Lorsque le Comité a siégé à London (Ontario) au mois de septembre, Peter Desbarats, Michael Nolan et Taylor Parnaby ont comparu et discuté de toute cette question de la responsabilité des journalistes. À mon avis, c'est cette question qui a suscité l'amendement concernant les reportages sur les sondages. D'ailleurs, elle est devenue une obsession pour moi, étant donné que j'ai déjà été membre de l'organisme qui a donné naissance au vôtre. À un moment donné, je gagnais ma vie comme directeur de l'information, et voici que je m'occupe de l'intérêt public dans ce domaine.

Je vous signale que le livre *The Newsmongers*, dont John Gormley a parlé, vaut la peine d'être lu. Il faudrait

[Texte]

I think you ought to. It puts into focus—by non-politicians, by the way—many of the things that bedevil us, all of us on both corners of the table.

What I am getting at is this. Is there any prospect that in such a competitive world as electronic news-gathering is today, competitive within itself and with other forms of media, there can be some kind of responsible self-policing so that abuses are forestalled and that excellence is the result? Does this happen in the real world? Can it happen in the real world?

Mr. Rothschild: I know Stuart would have some thoughts on it, but I will begin an attempt to articulate. I hear this complaint quite regularly. On the one hand, I feel certain mechanisms exist in the sense that we have the courts and we have the CRTC. If someone is not happy, they usually find a means of voicing that unhappiness, either directly to the broadcaster, to the commission, or through the legal process.

• 1920

Some people feel that is still not accountable enough. I know the CAB has put forth the idea of creating broadcast councils. It is an idea that may be necessary. RTNDA has endorsed the concept and said it would like to see a council enforcing or overseeing or monitoring it here in RTNDA Canada's code of ethics. We have a code of ethics. Every member pledges to adhere to the code of ethics. As the CAB pointed out in the paper where they put forward the idea of these councils, they said the problem is that a code is only as effective as a means to enforce it and we do not have the means to enforce it.

Do we need the means of a council? I really do not personally think so. I think the courts, I think the commission, and I think the sensitivities of the broadcasters are such that if you feel you have been wronged the broadcasters will bend over backward to try to right the wrong.

The Chairman: Is journalism a profession?

Mr. Rothschild: I believe it is. There is a divergence of opinion there.

The Chairman: I would ask your counsel then whether his profession is as free as you say you ought to be, because I believe, sir, not only would your law society have some sanctions to apply but if the aggrieved party felt those were not appropriate there is actually access to the courts beyond the professional society. Is that not correct?

Mr. Robertson: That is certainly correct. But raising my profession is interesting, because it gives me the kicker I need to just finish off, at least to make the point I was going to make.

[Traduction]

le lire si vous ne l'avez pas déjà fait. Il éclaircit—et notons que ces auteurs de sont pas des hommes politiques—bien des questions qui nous font tous enrager, du côté de l'industrie autant que du côté politique.

Voici ce que je veux dire. Une auto-réglementation responsable, qui empêche les abus et encourage l'excellence, est-elle possible dans un domaine comme celui des médias électroniques de l'information, qui se font concurrence l'un à l'autre ainsi qu'aux autres médias? Est-ce que cela se passe dans la vraie vie? Est-ce que c'est possible dans la vraie vie?

M. Rothschild: Je sais que Stuart aurait quelque chose à dire en réponse à cette question, mais j'essaierai de m'expliquer. J'entends ce commentaire très souvent. D'un côté, je crois qu'il existe déjà certains mécanismes de réglementation, comme les tribunaux et le CRTC. En général, quelqu'un qui a une plainte trouve le moyen de l'exprimer, soit directement aux radiodiffuseurs, soit au CRTC, ou encore par voie judiciaire.

Pour certains, ce fait ne représente toujours pas une obligation de rendre compte suffisamment stricte. Je sais que l'Association canadienne des radiodiffuseurs a proposé la création d'un conseil de radiodiffusion, ce qui pourrait s'avérer nécessaire. L'Association canadienne des directeurs d'information en radiotélévision a appuyé cette proposition et a exprimé le désir de voir créé un conseil chargé de faire respecter un code de déontologie comme celui de notre association. Chacun de nos membres s'engage à respecter ce code. L'Association canadienne des radiodiffuseurs a mis le doigt sur le problème en proposant ces conseils: un code ne vaut pas plus que le respect qu'on y accorde; nous n'avons pas moyen de le faire respecter.

Nous faut-il le moyen d'un conseil? À mon avis, non, pas vraiment. Je pense que les tribunaux, le CRTC et la sensibilisation des radiodiffuseurs constituent une garantie suffisante; si on vous avait fait tort, les radiodiffuseurs feraient des pieds et des mains pour redresser la situation.

Le président: Le journalisme est-il une profession?

M. Rothschild: Je crois que oui. Les avis sont partagés.

Le président: Dans ce cas, je demanderais à votre avocat-conseil si sa profession à lui bénéficie de la liberté que vous souhaiteriez pour la vôtre. Je crois, monsieur, que la Société du Barreau prendrait certaines sanctions contre l'auteur d'un tort; dans le cas où une personne lésée trouverait ces sanctions insuffisantes, elle pourrait passer outre à la compétence de l'Association professionnelle et saisir les tribunaux de la question, n'est-ce pas?

M. Robertson: Absolument. C'est intéressant que vous ayez parlé de ma profession. Cela me servira de tremplin pour ma conclusion, ou du moins pour dire ce que j'avais à dire.

[Text]

The Chairman: Try it. I have the gavel!

Mr. Robertson: It is a heavy one.

Mr. Gormley: Many have tried, but few have succeeded.

Mr. Robertson: This is an area that could keep us here much too long this evening, but if you are asking what are the best ways to achieve accountability, or are there any more effective ways of achieving accountability, if I could just restrict myself to one point—I am a bit of a missionary in this area, so you will have to take me with a grain of salt—I would like to say that the only way in which as legislators you can truly expect people to be responsible in relation to the laws is to have clear laws. Of that there is no doubt whatsoever. Both of you are former journalists. Both of you may well be aware of situations in which broadcasters and newspaper reporters have been found guilty, for example, of contempt of court. We all know what that is and we know that is Canada's only unwritten law. We know that people have criminal records for it, not knowing at the time they put their broadcast together that if they did broadcast they would be breaching the laws of this country.

I use that as the easiest example. Indeed, a member of the same profession of which I am very proud to be a member was convicted recently of suggesting that the police and the judges were stuck together as if by Crazy Glue. I did not think lawyers thought those thoughts, but he did and he now has a criminal record for contempt of court. I think it was reasonable for him to expect that when he made those comments he would not be committing a crime.

Let me now reflect back on what we were talking about before—

The Chairman: He may claim that he now has his proof.

Mr. Robertson: I am not going to bite at that one. If you do not go to jail, I will.

The point I was making before, and I think the RTNDA has been trying to make in the area of election laws, is very simply—and their plea is really a very simple one—to the extent that you can do so, ensure that the law is abundantly clear. And if it is that, you will find that broadcasters are earnestly trying to follow the law and be responsible. I do not think they are in a position right now of actually being that insofar as everyone of them—and you two, no doubt, would differ on the same news question as to why you do not go with a particular item during an election period. I think therein lies a problem where any one of you, any news director, is subject to criticism for being irresponsible, given his or her interpretation of a vague law.

[Translation]

Le président: Essayez donc. C'est moi qui tiens le marteau!

M. Robertson: C'est une question d'importance, je vous avertis.

M. Gormlêy: Bien des gens s'y sont essayés, mais très peu ont réussi.

M. Robertson: Cette question pourrait nous retenir ici jusqu'à une heure bien trop tardive, mais si vous voulez connaître les meilleurs moyens—ou de meilleurs moyens—d'assurer la responsabilité, j'y répondrai en me limitant à un seul aspect—la question m'emballé, ne me prenez pas au pied de la lettre—en disant que la seule façon dont vous, législateurs, pouvez assurer le respect des lois est d'assurer la transparence de ces lois. Cela n'admet pas le moindre doute. Vous êtes tous les deux d'anciens journalistes, et vous connaissez peut-être des situations où des journalistes de la presse parlée ou écrite ont été trouvés coupables d'outrage à la Cour. Nous savons tous de quoi il s'agit; d'ailleurs c'est la seule loi du Canada qui soit informulée. Nous savons que cette loi a donné un dossier judiciaire à certaines personnes qui ignoraient au moment de monter leur émission d'information que leur diffusion représenterait une infraction des lois du Canada.

Voilà l'exemple le plus facile à comprendre. Récemment, en effet, un membre de la profession dont j'ai l'honneur de faire partie a été condamné pour avoir laissé croire que la police et les juges étaient plaquées ensemble comme si on avait utilisé de la supercolle. Je pensais les avocats au-dessus de pareilles pensées, mais lui les a pensées et le voilà avec un dossier judiciaire d'outrage à la Cour. D'après moi, il avait raison de croire que ces observations ne constituaient pas une infraction.

Permettez-moi de revenir en arrière. . .

Le président: Il soutiendra peut-être qu'il a maintenant la preuve qu'il lui faut.

M. Robertson: Je ne mordrai pas à cet hameçon-là. Si ce n'est pas vous qui irez en prison, ce sera moi.

En ce qui concerne les lois électorales, ce que j'ai voulu recommander, et ce que l'Association canadienne des directeurs d'information en radiotélévision a voulu recommander—et si la loi était transparente, vous verriez que les radiodiffuseurs essaieraient consciencieusement de la respecter de façon responsable. En ce moment, je ne crois pas que cela soit possible, parce que chaque radiodiffuseur—et sans doute vous deux aussi—aurait son avis particulier sur l'à-propos de diffuser telle ou telle nouvelle portant sur une question donnée en période électorale. Voilà une situation où tout directeur d'information, selon son interprétation d'une loi exprimée en termes vagues, peut se voir traiter d'irresponsable.

[Texte]

[Traduction]

• 1925

I will conclude on that point, the plea; and the basic plea of the RTNDA is to make the laws as clear as they may be made.

The Chairman: Thank you, Mr. Robertson.

Just a final comment, gentlemen. I notice that appended to your materials is a letter to the Deputy Prime Minister, making the same points you have made to us today. I was puzzled for a moment as to why you had chosen to write to him rather than to the Prime Minister or the Minister of Justice—but then of course it is entirely appropriate to write to Mr. Mazankowski about polls.

Thank you. This session is adjourned.

Je terminerai avec l'appel fondamental de l'Association canadienne des directeurs d'information en radiotélévision: qu'on rende les lois aussi transparentes que possible.

Le président: Merci, monsieur Robertson.

Messieurs, une dernière observation. J'ai noté dans la documentation que vous avez soumise une lettre au vice-premier ministre qui fait ressortir les mêmes arguments que vous nous avez soumis aujourd'hui. Le fait que vous lui aviez écrit à lui, au lieu de vous adresser au Premier ministre ou au ministre de la Justice, m'a laissé perplexe pendant un moment—mais, bien sûr, cela s'explique: M. Mazankowski s'y connaît en sondages.

Merci. La séance est levée.

From the Children's Broadcast Institute:

Heather McGillivray, Executive Director;
Ralph C. Ellis, Chairman, Board of Directors;
Frederick B. Rainsberry, Director;
Linda Schuyler Director;
W.A. Stewart, Director.

From the Association of Television Producers and Directors (Toronto):

Arnold Amber, President;
Robin Taylor, First Vice-President;
David Barlow, Vice-President.

From the Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists:

Garry Neil, General Secretary;
Jack Gray, ACTRA Writers;
Meg Hogarth, ACTRA Performers Guild;
Doug Coupar, Director of Communications.

From the National Association of Broadcast Employees and Technicians:

Gordon F. Hunter, International President;
Michael Sullivan, Representative.

From the Canadian Union of Public Employees (Broadcast Council):

Robert Paterson, President;
Gordon Johnson, Director, Broadcast Division.

From the Canadian Film and Television Association:

Samuel Jephcott, Executive Director;
Richard Nielsen, President, Norflicks Productions;
Stephen Ellis, President, Ellis Enterprises;
Pat Ferns, President, Primedia Productions;
Michael MacMillan, President, Atlantis Films;
Ron Little, Chairman, Lauron Pictures;
John Ross, Film Finances.

From the Canadian Captioning Development Agency Inc:

Sanderson Layng, President.

From the CTV Television Network Ltd.:

Bill McGregor, Chairman, Board of Directors;
Murray Chercover, President;
Ray Peters, Chairman, Executive Committee.

From the Radio and Television News Directors Association:

Eric Rothschild, President;
Stuart Robertson, Legal Council.

De l'Institut de radiotélévision pour enfants:

Heather McGillivray, directeur exécutif;
Ralph C. Ellis, président, conseil d'administration;
Frederick B. Rainsberry, administrateur;
Linda Schuyler administrateur;
W.A. Stewart, administrateur.

De l'Association of Television Producers and Directors (Toronto):

Arnold Amber, président;
Robin Taylor, premier vice-président;
David Barlow, vice-président.

De l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists:

Garry Neil, secrétaire général;
Jack Gray, section Écrivains;
Meg Hogarth, section Artistes;
Doug Coupar, directeur des Communications.

De la National Association of Broadcast Employees and Technicians:

Gordon F. Hunter, président international;
Michael Sullivan, représentant.

Du Syndicat canadien de la fonction publique (Conseil Radio-télévision):

Robert Paterson, président;
Gordon Johnson, directeur, Radio-télévision.

De l'Association canadienne de cinéma-télévision:

Samuel Jephcott, directeur exécutif;
Richard Nielsen, président, *Norflicks Productions*;
Stephen Ellis, président, *Ellis Enterprises*;
Pat Ferns, président, *Primedia Productions*;
Michael MacMillan, président, *Atlantis Films*;
Ron Little, président, *Lauron Pictures*;
John Ross, Financement du cinéma.

De la Canadian Captioning Development Agency Inc:

Sanderson Layng, président.

Du CTV Television Network Ltd.:

Bill McGregor, président, conseil d'administration;
Murray Chercover, président;
Ray Peters, président, Comité exécutif.

De l'Association canadienne des directeurs de l'information en radio-télévision du Canada:

Eric Rothschild, président;
Me Stuart Robertson, conseiller juridique.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canadian Government Publishing Centre,
Supply and Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Centre d'édition du gouvernement du Canada,
Approvisionnement et Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Government of Ontario:

The Honourable Lily Munro, Minister of Culture and Communications;

David Silcox, Deputy Minister;

Brian Gordon, Manager, Cable Policy;

Martha Fletcher, Manager, Broadcasting Policy.

From the Friends of Public Broadcasting:

Walter Pitman Member, Steering Committee;

Professor Frank Peers, Member, Steering Committee.

From the Canadian Association for Adult Education:

Ian Morrison, Executive Director;

The Right Reverend Lois Wilson, Member, Board of Directors.

From the Association canadienne-française de l'Ontario:

Nicole Bourget, Public Relations.

(Continued on previous page)

TÉMOINS

Du gouvernement de l'Ontario:

L'honorable Lily Munro, ministre de la Culture et des Communications;

David Silcox, sous-ministre;

Brian Gordon, responsable, Politique de la câblodistribution;

Martha Fletcher, responsable, Politique de la radiodiffusion.

Des Amis de la radiotélévision publique:

Walter Pitman membre, Comité directeur;

Professeur Frank Peers, membre, Comité directeur.

De l'Association canadienne pour l'éducation des adultes:

Ian Morrison, directeur exécutif;

La très révérende Lois Wilson, membre, conseil d'administration.

De l'Association canadienne-française de l'Ontario:

Nicole Bourget, Relations publiques.

(Suite à la page précédente)

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 65

Wednesday, November 4, 1987

Toronto, Ontario

Chairman: Jim Edwards

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 65

Le mercredi 4 novembre 1987

Toronto (Ontario)

Président: Jim Edwards

*Minutes of Proceedings and Evidence of the
Standing Committee on*

Communications and Culture

*Procès-verbaux et témoignages du Comité
permanent des*

Communications et de la culture

RESPECTING:

Consideration of the Report of the Task Force on
Broadcasting Policy

CONCERNANT:

Étude du Rapport du Groupe de travail sur la
politique de la radiodiffusion

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



Second Session of the Thirty-third Parliament,
1986-87

Deuxième session de la trente-troisième législature,
1986-1987

STANDING COMMITTEE ON
COMMUNICATIONS AND CULTURE

Chairman: Jim Edwards

Vice-Chairman: John Gormley

Members

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Thomas Hall

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DES
COMMUNICATIONS ET DE LA CULTURE

Président: Jim Edwards

Vice-président: John Gormley

Membres

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Le greffier du Comité

Thomas Hall

MINUTES OF PROCEEDINGS

WEDNESDAY, NOVEMBER 4, 1987
(116)

[Text]

The Standing Committee on Communications and Culture met in Toronto, Ontario, at 9:06 o'clock a.m. this day, the Vice-Chairman, John Gormley, presiding.

Members of the Committee present: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, John Gormley, Sheila Finestone and Bob Pennock.

Acting Member present: Lynn McDonald for Simon de Jong.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee and René Lemieux, Consultant to the Committee. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and Mildred Morton, Research Officers.

Witnesses: *From the Association of Canadian Advertisers Incorporated:* Camille A. Denis, Chairman, Board of Directors; John Foss, President; E. (Manny) Brown, Vice-Chairman; and James H. Copeland, Director. *From MacLean Hunter Limited:* Ronald W. Osborne, President and Chief Executive Officer. *From the Canadian Daily Newspaper Publishers Association:* John Foy, President; and Tom Crowther, Chairman, Board of Directors. *From CHUM Limited:* Fred Sherratt, Vice-President; Dennis FitzGerald, Vice-President and General Manager, City TV/MuchMusic; and Duff Roman, Vice-President and General Manager, Industry Affairs. *From the Canadian Broadcasting Corporation (English Television):* Denis Harvey, Vice-President; Trina McQueen, Director, Network Television; Ivan Fecan, Director, Television Programming. *From the Association of Canadian Film and Television Producers:* Peter Mortimer, Executive Vice-President; David Perlmutter, Financial Consultant; Stephen Roth, Producer, Alliance Entertainment; Les Harris, Producer, Canamedia Productions; Paul Saltzman, Producer, Sunrise Films; John Brunton, Producer, Insight Productions; and Charles Falzon, Producer, Group International.

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (*see Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday, February 10, 1987, Issue No. 19*).

Camille A. Denis and John Foss from the Association of Canadian Advertisers Incorporated each made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

Ronald W. Osborne from MacLean Hunter Limited made a statement and answered questions.

John Foy and Tom Crowther from the Canadian Daily Newspaper Publishers Association each made a statement and answered questions.

PROCÈS-VERBAUX

LE MERCREDI 4 NOVEMBRE 1987
(116)

[Traduction]

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit, aujourd'hui, à 9 h 06, à Toronto, en Ontario, sous la présidence de John Gormley, (*vice-président*).

Membres du Comité présents: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, John Gormley, Sheila Finestone et Bob Pennock.

Membre suppléant présent: Lynn McDonald remplace Simon de Jong.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de la recherche du Comité; et René Lemieux, conseiller du Comité. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et Mildred Morton, attachés de recherche.

Témoins: *De l'Association canadienne des annonceurs Inc.:* Camille-A. Denis, président, conseil d'administration; John Foss, président; E. (Manny) Brown, vice-président; et James H. Copeland, directeur. *De MacLean Hunter Limited:* Ronald W. Osborne, président-directeur général. *De l'Association canadienne des éditeurs de quotidiens:* John Foy, président; Tom Crowther, président, conseil d'administration. *De CHUM Limited:* Fred Sherratt, vice-président; Dennis FitzGerald, vice-président et directeur général. *City TV/MuchMusic:* Duff Roman, vice-président et directeur général. *Affaires industrielles.* *De la Société Radio-Canada (Télévision anglaise):* Denis Harvey, vice-président; Trina McQueen, directeur, Réseau de télévision; Ivan Fecan, directeur, Programmation de télévision. *De l'Association des producteurs canadiens de films et de télévision:* Peter Mortimer, vice-président exécutif; Peter Perlmutter, conseiller financier; Stephen Roth, producteur. *Alliance Entertainment:* Les Harris, *Canamedia Productions:* Paul Saltzman, producteur, *Sunrise Films;* John Brunton, producteur, *Insight Productions;* et Charles Falzon, producteur, Groupe international.

Le Comité examine de nouveau le rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, document déposé au Comité le jeudi 29 janvier 1987 (*voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Camille A. Denis et John Foss, de l'Association canadienne des annonceurs Inc., font chacun une déclaration, puis eux-mêmes et les autres témoins répondent aux questions.

Ronald W. Osborne, de MacLean Hunter Limited, fait une déclaration et répond aux questions.

John Foy et Tom Crowther, de l'Association canadienne des éditeurs de quotidiens, font chacun une déclaration, et répondent aux questions.

Fred Sherratt from CHUM Limited made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

Denis Harvey from the Canadian Broadcasting Corporation (English Television) made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

Peter Mortimer from the Association of Canadian Film and Television Producers made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

At 1:29 o'clock p.m., the Committee adjourned until 2:00 o'clock p.m. this day.

AFTERNOON SITTING

(117)

The Standing Committee on Communications and Culture met in Toronto, Ontario, at 2:11 o'clock p.m. this day, the Chairman, Jim Edwards, presiding.

Members of the Committee present: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone and Bob Pennock.

Acting Member present: Lynn McDonald for Simon de Jong.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee and René Lemieux, Consultant to the Committee. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and Mildred Morton, Research Officers.

Witnesses: *From the Canadian Broadcasting Corporation (English Radio):* Michael McEwen, Vice-President. *From the National Committee for Independent Canadian Unions:* Ralph Ellis, President. *From First Choice Canadian Communications Corporation:* Fred T. Klinkhammer, President and Chief Executive Officer; Wendy Bernfeld, Director of Business Affairs; and Paul Gratton, Program Director. *From the Canadian Motion Picture Distributors Association:* Millard Roth, President; H.B. Mayer, Counsel; and Peter G. Hughes, Chairman, Television Programs Committee. *From the Ontario Cable Telecommunications Association:* Larry Smith, President; and Richard R. Moody, Executive Director. *From Rogers Cablesystems Incorporated:* E.S. Rogers, President and Chief Executive Officer; and Philip Lind, Senior Vice-President.

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (*see Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday, February 10, 1987, Issue No. 19*).

Michael McEwen from the Canadian Broadcasting Corporation (English Radio) made a statement and answered questions.

Ralph Ellis from the National Committee for Independent Canadian Unions made a statement and answered questions.

Fred Sherratt, de *CHUM Limited*, fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

Denis Harvey, de *La Société Radio-Canada (Télévision anglaise)*, fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

Peter Mortimer, de *l'Association des producteurs canadiens de film et de télévision*, fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

À 13 h 29, le comité interrompt les travaux jusqu'à 14 heures aujourd'hui.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

(117)

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit, aujourd'hui à 14 h 11, à Toronto, en Ontario, sous la présidence de Jim Edwards, (*président*).

Membres du Comité présents: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards, Sheila Finestone, Bob Pennock.

Membre suppléant présent: Lynn McDonald remplace Simon de Jong.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de la recherche du Comité; René Lemieux, conseiller du Comité. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et Mildred Morton, attachés de recherche.

Témoins: *De la Société Radio-Canada (Radio anglaise):* Michael McEwen, vice-président. *Du National Committee for Independent Canadian Unions:* Ralph Ellis, président. *De First Choice Canadian Communications Corporation:* Fred T. Klinkhammer, président-directeur général; Wendy Bernfeld, directeur, Affaires commerciales; Paul Gratton, directeur des programmes. *De L'Association canadienne des distributeurs de films:* Millard Roth, président; Me H.B. Mayer, conseiller juridique; Peter G. Hughes, président, Comité des émissions de télévision. *De l'Ontario Cable Telecommunications Association:* Larry Smith, président; Richard R. Moody, directeur exécutif. *De Rogers Cablesystems Incorporated:* E.S. Rogers, président-directeur général; Philip Lind, vice-président principal.

Le Comité examine de nouveau le rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, document déposé au Comité le jeudi 29 janvier 1987 (*voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Michael McEwen, de *La Société Radio-Canada (radio anglaise)*, fait une déclaration et répond aux questions.

Ralph Ellis, du *National Committee for Independent Canadian Unions*, fait une déclaration et répond aux questions.

Fred T. Klinkhammer from First Choice Canadian Communications Corporation made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

Millard Roth from the Canadian Motion Picture Distributors Association made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

Larry Smith from the Ontario Cable Telecommunications Association made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

E.S. Rogers from Rogers Cablesystems Incorporated made a statement and, with the other witness, answered questions.

At 7:18 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Francine Lachapelle
Committee Clerk

Fred T. Klinkhammer, de *First Choice Canadian Communications Corporation*, fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

Millard Roth, de l'*Association canadienne des distributeurs de films*, fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

Larry Smith, de l'*Ontario Cable Telecommunications Association*, fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

E.S. Rogers, de *Rogers Cablesystems Incorporated*, fait une déclaration, puis lui-même et l'autre témoin répondent aux questions.

À 19 h 18, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Greffier de Comité
Francine Lachapelle

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

[Texte]

Wednesday, November 4, 1987

• 0901

The Chairman: Order, please.

On behalf of the members of the Standing Committee on Communications and Culture, I welcome our first guests here this morning.

We will begin our proceedings by welcoming Mr. Cam Denis, Chairman of the Board of the Association of Canadian Advertisers.

M. Camille A. Denis (président du conseil d'administration, Association of Canadian Advertisers Inc.): Monsieur le président, madame et messieurs, il nous fait plaisir d'être avec vous ce matin pour discuter de certains documents ayant trait au rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion.

I would like to introduce the people with me today: from the ACA broadcast committee and a member of our board of directors, Manny Brown, Corporate Media Director of Nabisco Brands Ltd.; Jim Copeland, Marketing Services Manager, Lever Brothers Inc.; and the President of the Association of Canadian Advertisers, Mr. John Foss.

My personal business experience has been with a tobacco company, and as such we have not been a buyer of television time, from our agreement not to advertise tobacco products on television. But my colleagues are all knowledgeable in this area and will provide you with an advertiser's perspective on any questions you may have.

I should, however, provide you with a brief introduction to the Association of Canadian Advertisers. We have been around for a long time in that ACA was established in 1914 and today we represent about 200 corporations, accounting for an estimated 80% of the total national advertising revenues.

In the television medium the national advertisers we represent account for an even higher percentage.

I would now like to ask one of my colleagues to make some general and some specific comments in relation to the second phase of the report from the Task Force on Broadcasting Policy, following which we will be available for your questions.

Mr. John Foss (President, Association of Canadian Advertisers): First we would like to make some general comments about broadcasting in Canada. Not surprisingly, ACA is in favour of access for the advertiser to any medium or to any new service within that medium. Cold, hard facts indicate that the advertising revenues are the mainstay for all private broadcasters and for a good part of the public broadcasting revenues.

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

[Traduction]

Le mercredi 4 novembre 1987

Le président: À l'ordre, s'il vous plaît.

Au nom des membres du Comité permanent des communications et de la culture, je souhaite la bienvenue à nos premiers invités ce matin.

Nous accueillons d'abord M. Cam Denis, président du Conseil de l'Association of Canadian Advertisers.

Mr. Camille A. Denis (Chairman of the Board of the Association of Canadian Advertisers Inc.): Mr. Chairman, ladies and gentlemen, it is a pleasure appearing before you this morning to have a discussion relating to the report of the task force on broadcast policy.

Je voudrais présenter les gens qui m'accompagnent: Membres du Comité de radiodiffusion de l'ACA et de notre conseil d'administration, Manny Brown, Directeur des médias de Nabisco Brands Limited; Jim Copeland, gérant des services de Marketing, Lever Brothers Inc.; et le président de l'Association of Canadian Advertisers, M. John Foss.

J'ai moi-même acquis mon expérience au sein d'une compagnie de tabac qui n'a jamais été acheteuse de temps à la télévision, étant donné que nous avons convenu de ne pas y faire la publicité des produits du tabac. Toutefois, mes collègues sont tous experts en la matière et pourront répondre à toutes vos questions du point de vue des publicitaires.

Je devrais toutefois vous présenter brièvement l'Association of Canadian Advertisers. Nous existons depuis longtemps et étant donné que l'ACA a été mise sur pied en 1914 et compte aujourd'hui 200 membres qui représentent 80 p. 100 environ du total des recettes nationales de publicité.

Pour la télévision, ce pourcentage est encore plus élevé.

J'aimerais demander à un de mes collègues de faire quelques observations sur la deuxième phase du rapport du groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion, après quoi nous pourrions répondre à vos questions.

M. John Foss (président, Association of Canadian Advertisers): Nous voudrions tout d'abord faire quelques observations de nature générale au sujet de la radiodiffusion au Canada. Il n'est pas étonnant que l'ACA souhaite que le publicitaire ait accès à tout média ou à tout nouveau service qu'il offre. La dure réalité prouve que l'essentiel des revenus de tous les radiodiffuseurs privés et d'une bonne partie des radiodiffuseurs publics vient de la publicité.

[Texte]

Advertising revenues, however, will only be attracted if they offer to the advertiser the justification for the investment to be made. Advertisers require facts and figures and cost relationships to the size and audience that the broadcast medium provides. It must be competitive in an environment where we as advertisers have numerous choices available to us at all times.

Expectations of additional advertising revenues may be overstated at times. We, the advertisers, whose pocket the money is coming from, have a more realistic projection for the revenue and the share of it that the broadcast medium will attract.

• 0905

Contrary to historical growth patterns and any linear projections from them, it is our opinion that in the next few years we will see a growth substantially flattening out for the broadcast medium. And we are currently predicting increases for the next couple of years in the area of 2% to 4%.

Some of you may have seen studies submitted to the CRTC indicating double-digit growth over the next five-to six-year period, and we feel that this is overstated substantially.

The Canada-U.S. free trade agreement gave us a number of concerns from a number of different points of interest to the advertisers. However, the free-trade agreement contains the following clause, which should provide some stability in this area. The cultural industries as defined in AFTA are exempt from provisions of the agreement as it has been published. And in annex A the cultural industries contain the following definition:

radio communications in which the transmissions are intended for direct reception by the general public, including all radio, television and cable television broadcasting undertakings and all satellite programming and broadcast network services. . .

So the medium, as such, appears to be exempted from those agreements.

A few specific comments on the area in the report from the task force in chapter 8, "The Distinctiveness of French Broadcasting". . . we saw from one of the other submissions to you that the French broadcasting had been sort of set up to be under-served in terms of advertising revenues, because they did not get the percentage of the total population of Quebec.

Now the total population of Quebec is a number of anglo individuals, a large percentage of bilingual Canadians, and has English broadcasting serving that market as well, so the combination is the only realistic comparison to make. However, population to advertisers is not the final measurement. Percentage of sales for each product category and the potential of the marketplace are some of the dimensions that go into the advertiser planning and execution process.

[Traduction]

Toutefois, on ne pourra tirer de revenus de la publicité que si le publicitaire estime que son investissement est justifié. Les publicitaires souhaitent avoir des faits et des chiffres et assumer des coûts en rapport avec la dimension de l'auditoire du média de radiodiffusion en question. Il doit être concurrentiel dans un milieu où une multitude de choix s'offrent aux publicitaires.

On exagère peut-être parfois l'augmentation future des revenus de publicité. Nous, les publicitaires, qui devons payer la note, avons des prévisions plus réalistes sur la progression des revenus de publicité qu'attirera le secteur de radiodiffusion.

Contrairement aux tendances passées et aux prévisions linéaires qu'on peut en tirer, nous sommes d'avis que la progression des revenus de publicité atteindra un plateau dans les prochaines années. Pour les deux prochaines années, nous prévoyons actuellement des augmentations de 2 à 4 p. 100.

Certains d'entre vous ont peut-être vu les études présentées au CRTC où l'on prévoyait une expansion supérieure à 10 p. 100 au cours des cinq à six prochaines années, mais nous croyons que c'est fort exagéré.

L'accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis a suscité des préoccupations chez les publicitaires à différents points de vue. Toutefois, l'accord contient les dispositions suivantes qui devraient assurer une certaine stabilité dans le secteur. En effet, les industries culturelles définies à l'Annexe A sont exemptées des dispositions de l'accord telles que publiées. L'Annexe A définit de la façon suivante les industries culturelles:

Les radiocommunications qui transmettent directement au public, y compris toutes les entreprises de radiodiffusion, télévision et câblodistribution, et tous les services de programmation par satellite et des réseaux de radiodiffusion. . .

Il semble donc que ce média soit exempté des dispositions de l'accord.

Nous aurions quelques commentaires précis sur ce que dit le groupe de travail au chapitre 8 intitulé «les particularités de la radiodiffusion en français». D'autres témoins ont maintenu que le système de radiodiffusion français ne disposait pas de revenus de publicité suffisants parce qu'il ne rejoignait pas un pourcentage assez important de la population totale du Québec.

Il se trouve que la population du Québec est composée d'un certain nombre d'anglophones, d'une grande proportion de bilingues et qu'elle est également desservie par les chaînes anglaises, et c'est pourquoi on ne peut faire de comparaisons sans tenir compte de tous ces éléments. Toutefois, pour les publicitaires, la population n'est pas la mesure ultime. Ils tiennent également compte du pourcentage de vente pour chaque catégorie de produit et du potentiel du marché.

[Text]

In chapter 10, I guess our comment is that all the recommendations are based on additional funding from the public purse to the CBC, and in the current economic climate we feel an attempt should be made to seek out additional opportunities for generating more commercial income, commercial revenue, from the aspects of that operation. In other hearings we have indicated a few areas where additional commercial traffic could get additional revenues.

The National Film Board: The Film Board should be seen as the producer of television material that should also have as a concern commercial recovery. It should be materials viewers choose to watch in numbers that make it attractive to programming and to the production of revenues, which then is the self-generating process for continued work of the nature that they should be involved in.

Private Television: We have before the CRTC and other committees... talked about our sort of concept that the viewers are the important part of it... the viewer supremacy. And it has as a demand programming they freely choose to watch, not based on a percentage that says they must be on the screens regardless of what viewers they attract or do not attract.

Some of the recommendations go counter to this concept and to efficiencies in programming. I see from yesterday that you had concerns expressed about Toronto as a centre causing a number of concerns to other regions of the country.

• 0910

Efficiencies in programming, however, indicate that the centre for the production side of it may be much more efficient for the total operation and could attract productions coming from all regions, utilizing the technology that could be better assembled in a central location. But that is CBC's case to argue, not ours.

Pay television and specialty services: We feel you have largely dealt with that subject in the recent CRTC hearings, at which we appeared. We are awaiting their decisions on that subject.

On chapter 22, on the multicultural minorities, we have over a few years now dealt with that issue and promoted better representation in commercial content. The studies and monitoring we have done on that subject have shown substantial improvement in the appearance of multicultural minorities, particularly visible minorities, in commercial content.

Chapter 29 is on the financing of the task force proposals. The 150% deductibility incentive is one we think could be very helpful to support Canadian-content programming. We are not entirely certain if this indirect route, through a tax-deductibility scheme, is the most efficient, again, but we have not been able to come up with any specific proposals for a more direct route to the

[Translation]

Au chapitre 10, nous dirions que toutes les recommandations sont fondées sur une augmentation du budget de Radio-Canada venant des fonds publics, et dans le climat économique actuel, nous estimons qu'il faudrait tenter d'accroître plutôt les recettes commerciales. Lors d'autres audiences, nous avons fait quelques suggestions à cet égard.

L'Office national du film: L'Office national du film devrait être considéré comme un producteur d'émissions de télévision qui devrait également se préoccuper de réaliser certaines recettes commerciales. Ces productions devraient attirer assez de téléspectateurs pour devenir attrayantes et rentables, ce qui lui permettra automatiquement de poursuivre ses travaux dans le même sens.

Télévision privée: Nous avons déjà dit devant le CRTC et d'autres comités que le téléspectateur était l'élément le plus important. Il exige de voir des émissions qui lui plaisent, et non pas celles qu'on lui impose selon un certain pourcentage, quelle que soit leur popularité.

Certaines recommandations sont contraires à ce concept et à une programmation efficace. Je vois qu'hier on a dit être préoccupé du fait que Toronto devienne un centre aux dépens d'autres régions du pays.

Une programmation efficace, toutefois, suppose que le centre de production pourra être beaucoup plus efficace et attirer des productions de toutes les régions en se servant de la technologie qu'il sera plus facile de rassembler à un endroit. Mais c'est à Radio-Canada de faire valoir ses arguments, pas à nous.

Télévision payante et canaux spécialisés: Nous estimons que ce sujet a été abordé en profondeur lors des récentes audiences du CRTC auxquelles nous avons comparu. Nous attendons sa décision sur le sujet.

Pour ce qui est du chapitre 22, les minorités multiculturelles, nous nous occupons maintenant de ce problème depuis quelques années et avons prôné une meilleure représentation dans les annonces publicitaires. D'après nos études, il y a eu une nette amélioration dans le nombre de minorités multiculturelles, surtout les minorités visibles, utilisées dans les annonces publicitaires.

Le chapitre 29 porte sur le financement des propositions de groupes de travail. Le dégrèvement de 150 p. 100 offert comme stimulant contribuerait grandement à appuyer le contenu canadien. Nous ne sommes pas sûrs que cette voie indirecte soit la plus efficace, mais nous n'avons pas de voie plus directe à vous soumettre. Mais le résultat final sera certainement positif.

[Texte]

Canadian producer. But the end result will certainly be enhanced by the 150% provision it should work from.

On Canadian content, we made a number of representations in earlier days on that subject. We still feel the Canadian content being required on a time basis, such a percentage of the available time, is a disincentive to better Canadian programming. A percentage-of-audience measurement would be a greater incentive to produce better programming that more Canadians choose to watch. This would also make the Canadian productions more suitable for resale in other markets outside the country, which is one concern we have seen displayed both by the standing committee, I believe, and the CBC itself. We believe that concept would result in better programming, and the kind of programming we would freely choose and want to watch.

Ms McDonald: I would like to begin with a question on quality of viewing and Canadian content. You talked about your concerns that there be more Canadian content. Viewers tell us they are very concerned to be able to see more drama on television uninterrupted. They want to see more NFB films. They want to see more other independently produced ones. And they want to be able to see them without the interruptions of advertising. It is a question of placing advertising. What are your views on that? Would you support better placing, particularly in drama programming, to avoid interruptions?

Mr. Foss: The clusters of commercials have been a measure in that regard, to make sure it is not interrupted a number of times; the full number of 30-second commercials that could appear in the programming content. Individual advertisers... I am conscious of General Foods doing it for a couple of their programs. *The Musical Man* was one I happened to see where that was exercised. They placed it very carefully throughout the program.

• 0915

Ms McDonald: I mean not interrupting the program at all, say for a film. We have had films made, for example, of books where you get the whole narrative, and when it is interrupted by advertising it destroys the flow of the story.

Mr. Foss: If it was to be uninterrupted by advertising, then advertisers would not really be there. If it was to be sponsored just front and back, the charges the private broadcasters levy on that opportunity would not make it attractive to anyone.

Ms McDonald: So in your view if we want to see uninterrupted drama, we are going to have to forget about advertising, and we would have to seek other means of funding to ensure that happens. That would be your conclusion.

[Traduction]

Pour ce qui est du contenu canadien, nous avons déjà fait quelques interventions sur le sujet dans le passé. Nous continuons de croire qu'on nuira à une meilleure programmation canadienne en exigeant que le contenu canadien soit offert pour un pourcentage donné du temps disponible. Une mesure fondée sur le pourcentage de l'auditoire serait plus susceptible d'encourager une programmation qu'un plus grand nombre de Canadiens choisissent de regarder. Il serait également plus facile de revendre les productions canadiennes à l'étranger, un souci qu'ont démontré aussi bien le Comité permanent que Radio-Canada elle-même. Nous estimons que ce concept donnerait lieu à une meilleure programmation, et une programmation que nous aurions le libre choix de regarder.

Mme McDonald: Je voudrais commencer par une question sur la qualité des émissions et le contenu canadien. Vous avez dit que vous souhaitiez un plus grand contenu canadien. Les téléspectateurs nous disent qu'ils voudraient voir plus de dramatiques à la télévision, sans interruption. Ils souhaitent plus de films de l'ONF. Ils veulent en voir plus produits par le secteur indépendant. Et ils souhaitent les regarder sans pause publicitaire. Il s'agit donc de placer la publicité au bon endroit. Qu'en pensez-vous? Seriez-vous en faveur du déplacement de la publicité, surtout pendant les dramatiques, afin d'éviter ces interruptions?

M. Foss: Une des mesures prises à cet égard a été de présenter, en une fois, toutes les annonces publicitaires de 30 secondes à passer lors d'une émission. Je sais que la General Foods le fait pour quelques-unes de ses émissions. On a procédé ainsi dans le cas de l'émission *The Musical Man*, que j'ai vue. On a disposé les annonces publicitaires très soigneusement dans l'émission.

Mme McDonald: Je veux dire, ne pas interrompre l'émission du tout, dans le cas d'un film, par exemple. S'il s'agit de la version cinématographique d'un livre où l'on voit dérouler toute l'histoire, une annonce publicitaire tombe mal au milieu.

M. Foss: S'il n'y avait pas d'annonces publicitaires au milieu, les annonceurs ne seraient pas intéressés. Si toutes les annonces figuraient au début et à la fin, les frais exigés par les radiodiffuseurs seraient trop élevés.

Mme McDonald: Donc, à votre avis, si on veut voir des drames sans interruption, on devra se passer de la publicité et recourir à d'autres moyens de financement. C'est votre conclusion.

[Text]

Mr. Foss: Yes. If it is to be no advertising there, then the only solution would be that somebody else would pay for it.

Ms McDonald: I would like to ask a question about social responsibility in advertising. Sexual stereotyping did not get mentioned. Are you in favour of regulations to forbid the use of sex objects, for example, as come-ons?

Mr. Foss: Let me answer that, because we worked on the task force on sexual stereotyping. Since it was struck we participated in it. We helped establish the guidelines that came out of the task force on sexual stereotyping through the self-regulatory activity called the Advertising Standards Council. We have just been instrumental in working with them on the revision for an update of the guidelines. We are in the process of commenting on the broadcasters' revised guidelines for sexual stereotyping, and have participated in developing guidelines, and of course we continually promote to our membership awareness and adherence to the guidelines.

Ms McDonald: What about cigarette advertising? We do not have cigarette advertising on television right now. Your organization has come out, as I understand, in favour of continued cigarette advertising in other media. I suppose if you are being consistent with the advertisers who came before the committee last week and argued that an advertising ban would increase sales, and therefore you are against an advertising ban in the public interest and health concerns, logically you ought to be in favour of putting cigarette ads back on the air.

Mr. Foss: That was a voluntary restriction by the advertisers.

Ms McDonald: Do you agree with that voluntary restriction?

Mr. Foss: Yes.

Ms McDonald: Should it be a regulated restriction?

Mr. Foss: We have worked with them on all the restrictions on the advertising that is in effect today, and we think they have gone a long way to make sure the advertising is working in areas other than dealing with consumption.

Ms McDonald: If we do not have cigarette advertising on the air, for the very good reason that cigarette-smoking causes the death of at least 35,000 Canadians a year, then how can you justify cigarette advertising in other media? Why would you not be consistent with your view on broadcasting?

Mr. Foss: The justification we have from experience is we are monitored around the world; and coming from Norway originally, I have been looking at the situation in Norway and Sweden. In 1975 Norway banned all advertising of tobacco and cigarettes. Sweden did not. The two countries have had an almost identical consumption

[Translation]

M. Foss: Si on interdit la publicité, la seule solution est de faire payer l'émission par quelqu'un d'autre.

Mme McDonald: Je voudrais poser une question au sujet de la responsabilité sociale en matière de publicité. On n'a pas parlé de stéréotypes sexuels. Êtes-vous en faveur de l'interdiction du recours au sex-appeal, par exemple, dans la publicité?

M. Foss: Permettez-moi d'y répondre, parce que nous avons travaillé au groupe d'étude sur les stéréotypes sexuels depuis le début. Nous avons participé à l'élaboration des lignes directrices publiées par le groupe d'étude sur les stéréotypes sexuels, qui relèvent du Conseil des normes de publicité, un organisme d'auto-réglementation. Nous venons de participer à la révision de ces lignes directrices. Nous sommes en train de commenter les lignes directrices révisées des radiodiffuseurs en matière de stéréotypes sexuels et nous avons participé à l'élaboration de lignes directrices; bien sûr, nous sensibilisons toujours nos membres et les incitons à respecter les lignes directrices.

Mme McDonald: Et la publicité de la cigarette? On n'en a pas à la télévision maintenant. Votre organisme s'est prononcé, je crois, en faveur de la publicité de la cigarette dans d'autres médias. Je suppose que logiquement vous seriez en faveur de la publicité de la cigarette à la télévision, si vous ressemblez aux agents de publicité qui ont comparu devant le comité la semaine dernière et qui ont prétendu que l'interdiction de la publicité pourrait augmenter les ventes; vous vous opposez à l'interdiction de la publicité dans l'intérêt public et pour des raisons de santé.

M. Foss: C'était une restriction volontaire de la part des annonceurs.

Mme McDonald: Êtes-vous d'accord avec la restriction volontaire?

M. Foss: Oui.

Mme McDonald: Est-ce que cela devrait faire l'objet d'un règlement?

M. Foss: Nous avons collaboré avec eux pour ce qui est de toutes les restrictions de la publicité en vigueur aujourd'hui et nous pensons qu'ils ont accompli beaucoup pour que la publicité réponde aux normes, sans parler de la consommation.

Mme McDonald: Si on interdit la publicité de la cigarette à la télévision, pour la très bonne raison que la cigarette tue au moins 35,000 Canadiens par an, comment pouvez-vous justifier la publicité de la cigarette dans d'autres médias? Pourquoi n'agiriez-vous pas de la même manière que pour la radiodiffusion?

M. Foss: Nous nous fondons sur l'expérience mondiale dans ce domaine; étant d'origine norvégienne, j'ai examiné la situation en Norvège et en Suède. En 1975, la Norvège a interdit toute publicité du tabac et des cigarettes. La Suède ne l'a pas fait. Or, la consommation du tabac dans les deux pays est presque la même.

[Texte]

figure for tobacco. The ups and downs have been almost identical between the two countries. The only thing—

Ms McDonald: Let me be very clear about this. You have said that you favour the ban for television advertising. Is there not an inconsistency there? You are in favour of advertising in other media a product that is killing 35.000 Canadians a year.

Mr. Foss: If I could continue with my example from around the world. In Norway, with the ban of advertising—

Ms McDonald: Consumption went down.

Mr. Foss: Consumption went down, as it did in Sweden, based on fitness concerns and all kinds of public momentum. The only thing that happened as a result of the ban is that today in Norway the low tar brands only have a 30% share of the market. In Sweden they are up to 52%. That is the only noticeable difference.

• 0920

Ms McDonald: It does not make a very big difference in deaths.

Mr. Foss: However, it makes a difference in the dangers that are attributed to tobacco and smoking.

M. Blackburn (Jonquière): Est-il exact qu'on peut acheter du temps d'annonce publicitaire à moindre coût à Radio-Canada que dans les stations privées?

Mr. Jim Copeland (Member, Association of Canadian Advertisers): Sometimes you can. It depends on the nature of the packaging that the corporation offers. If you want to buy the *téléromans* and that type of a package, yes, it can be more efficient than what is available on the opposite network. In our specific case this year, the TVA Network offered a package on a 52-week purchase basis that was cheaper than what Radio-Canada offered us. It depends on how badly they want your business, the kind of package they create and many other factors really.

M. Blackburn (Jonquière): Certains se sont plaints de la concurrence déloyale que livre Radio-Canada. Ils disaient que Radio-Canada diminuait son prix unitaire, faisant ainsi concurrence à l'entreprise privée. C'est pour cela que je vous demandais si vous payiez moins cher à Radio-Canada que dans l'entreprise privée.

Mr. Copeland: Currently we have a CBC package that is more costly than the alternative offered by the private television network for the broadcast year 1987-88.

M. Blackburn (Jonquière): On nous a dit à Montréal que les diffuseurs de langue française obtenaient des revenus publicitaires moindres, proportionnellement à l'auditoire qu'ils desservent. Cette affirmation a également été faite par Sauvageau-Caplan. Pourquoi connaît-on cette situation, et que peuvent faire les diffuseurs pour la modifier?

[Traduction]

L'évolution de la situation est presque identique dans les deux pays. La seule chose. . .

Mme McDonald: Je veux être très précise là-dessus. Vous avez dit que vous êtes en faveur de l'interdiction de la publicité à la télévision. N'y a-t-il pas là une contradiction? Vous êtes en faveur de la publicité dans d'autres médias pour un produit qui tue 35.000 Canadiens par an.

M. Foss: Si je peux continuer à donner l'exemple d'autres pays. En Norvège, après l'interdiction de la publicité. . .

Mme McDonald: La consommation a baissé.

M. Foss: La consommation a baissé, comme en Suède, parce que les gens se soucient de leur bien-être physique et le mouvement prend de l'ampleur. La seule conséquence de l'interdiction, c'est qu'en Norvège aujourd'hui, les marques à faible teneur en goudron n'ont que 30 p. 100 du marché. En Suède, elles ont 52 p. 100. C'est la seule différence qui se remarque.

Mme McDonald: Ça ne change pas beaucoup le nombre de morts.

M. Foss: Cependant, cela change les dangers attribués au tabac et à sa consommation.

Mr. Blackburn (Jonquière): Is it true that advertising time is cheaper on the CBC than on the private stations?

M. Jim Copeland (membre, Association canadienne des annonceurs): Parfois, oui. Cela dépend de l'ensemble que la société offre. Si l'on veut acheter les *drama series* ou quelque chose du genre, cela peut être plus rentable que ce que l'autre réseau offre. En ce qui nous concerne cette année, le réseau TVA a offert un ensemble de 52 semaines qui était meilleur marché que l'offre de Radio-Canada. Cela dépend du désir du radiodiffuseur, de son offre et de beaucoup d'autres facteurs.

Mr. Blackburn (Jonquière): Some have complained about unfair competition from the CBC. They say that it lowers the unit cost and thus competes with private enterprise. That is why I ask you whether you paid the CBC less than private enterprise.

M. Copeland: Actuellement, ce que Radio-Canada nous a offert est plus coûteux que la proposition du réseau de télévision privée pour l'année 1987-1988.

Mr. Blackburn (Jonquière): We were told in Montreal that French language broadcasters have lower advertising revenue in proportion to the audience they serve. Caplan-Sauvageau also say the same thing. Why do we have this situation and what can the broadcasters do to change it?

[Text]

Mr. Manny Brown (Member, Association of Canadian Advertisers): I do not believe it has anything to do with population to begin with. Just because a broadcaster broadcasts is no right to advertising revenue.

For many products that are advertised in this country, the sales in Quebec do not lie in proportion with the population. If they do not, then the likelihood is that there will be fewer advertising dollars in Quebec, whether English or French.

M. Blackburn (Jonquière): Lorsque vous parlez de société distincte dans votre rapport, vous précisez que les perspectives publicitaires. . .

. . . we have no particular comment on the Charter. It is not realistic to expect that French broadcasting should get a percentage of revenues equal to the population.

J'aimerais que vous nous précisiez ce que cela veut dire dans le contexte de cette autre affirmation, à savoir que vous obtenez moins quand la population visée est francophone que lorsqu'elle est anglophone.

Mr. Brown: When we construct media plans, it is very rare that the plan will fall out in direct proportion to the population. What is taken into account is our marketing activity, the sales of the brand in relation to the population in any one region, and also the size of the budget.

It may be, if I can take a hypothetical case, that where a brand in Quebec is selling less in proportion to the population, there would be less of an inclination to advertise in Quebec. In other words, there are parts of the country where a product may be more favourably approached by the public. If you are fishing where the fish are—if this is your strategy—you would attempt to spend more in that region than you would in Quebec. It is a business decision. It has nothing to do, really, with the distribution of the population in itself.

• 0925

M. Blackburn (Jonquière): Je voudrais aller encore un peu plus loin. Selon les statistiques, 25 p. 100 des auditoires écoutent les stations de radio françaises. La proportion des revenus publicitaires est de 18 p. 100. Au niveau de la télévision, 24 p. 100 des auditoires regardent les stations de télé françaises qui, elles, reçoivent 16 p. 100 des recettes publicitaires. Quels sont vos commentaires à ce propos? Ce sont des statistiques de 1984.

Mr. Copeland: I am basically going to repeat what Mr. Brown has just said. The principal criterion is not the audience that is watching either English or French, but the rate of consumption of our products among those language groups. The media planners—not buyers like us—who allocate the dollars and tell us what to buy take the cases, as Manny said, and allocate those against the population groups, and on that basis we buy English and French based on the money that is available. We have brands that have a higher acceptance among the English audience in Quebec than the French, and vice versa. For

[Translation]

M. Manny Brown (membre, Association canadienne des annonceurs): D'abord, je ne crois pas que cela ait rien à voir avec la population. Le seul fait de radiodiffuser ne donne pas droit à un revenu de publicité.

Pour bon nombre de produits annoncés au Canada, les ventes au Québec ne sont pas proportionnelles à la population. Puisqu'il en est ainsi, on dépense moins pour la publicité en anglais ou en français au Québec, probablement.

Mr. Blackburn (Jonquière): When you talk about a distinct society in your report, you say that the advertising outlook. . .

. . . nous n'avons pas d'observations particulières à faire sur la Charte. Il n'est pas réaliste de s'attendre à ce que la radiodiffusion française obtienne des revenus en proportion avec la population.

I would like you to specify what this means in view of the other statement that you obtain less from a francophone audience than from an anglophone one.

M. Brown: Il est très rare que la répartition de nos plans de publicité reflète exactement celle de la population. Nous tenons compte de notre activité de commercialisation, des ventes de la marque en question, relativement à la population d'une région donnée et de l'importance du budget.

Il se peut, par exemple, que si une marque se vend moins bien au Québec, proportionnellement à la population, qu'on l'annonce moins au Québec. Autrement dit, dans certaines régions du pays, le public est plus favorable à un produit donné. Si on pêche là où se trouve le poisson, si c'est la stratégie adoptée, on dépensera plus dans cette région qu'au Québec. C'est une décision commerciale. Cela n'a rien à voir, au fond, avec la répartition de la population comme telle.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would like to go even further on that. According to statistics, 25% of the audience listens to French radio stations. Their share of advertising revenue is 18%. For television, 24% of the audience watches French stations, which receive 16% of the advertising income. How do you react to this? The statistics are from 1984.

M. Copeland: Essentiellement, je répéterai ce que M. Brown vient de dire. Le principal critère n'est pas l'importance de l'auditoire anglophone ou francophone, mais le taux de consommation de nos produits chez les deux groupes linguistiques. Les planificateurs des médias, pas les acheteurs comme nous, répartissent les budgets de publicité et nous disent quoi acheter. Comme Manny l'a dit, ils choisissent les groupes cibles, en fonction de quoi, nous achetons des annonces anglaises et françaises selon les fonds disponibles. Certaines marques sont plus acceptées chez les anglophones québécois que chez les

[Texte]

some of our brands we do not buy CFCF-TV or English television in Montreal.

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie.

Mr. Caldwell: On the 150% deduction for ads, the tax program, just for the record was that a proposal made by you people to the task force originally?

Mr. Foss: We have advocated incentives, not necessarily in this form—that was a selection by... I am not quite sure—to make the purchase of Canadian programming more competitive with other opportunities in the broadcast medium. We have said that often to CRTC and the Department of Communications.

Mr. Caldwell: But that particular recommendation is not necessarily yours?

Mr. Foss: Not as a part of the income tax provisions.

Mr. Caldwell: If I read your brief correctly, you seem to be saying, let us not have a proliferation of Canadian programming but let us do good Canadian programming, less of it and higher audience. Is that basically what you are saying? That would be more attractive to you?

Mr. Foss: That will be more attractive to us and to what we consider the most important aspect of broadcasting, the viewers.

Mr. Caldwell: So let us go on audience share rather than—

Mr. Foss: Rather than share of time. If you have to fill a certain amount of time, then you have to buy any kind of programming that is available in order to it. You have to combine it with other properties in order to sell it. That is no incentive to produce good programming. You can produce anything on that basis.

Mr. Caldwell: What percentage of the television ads are produced in Canada at present?

Mr. Foss: It is a fluctuating percentage, but we estimate it is in the eighth decile.

Mr. Caldwell: And would a fair percentage of those go to export or not?

Mr. Foss: Today a number of commercials are being made that never appear in Canada but only appear in the U.S. We have production centres now that are competitive with the best that Hollywood, New York, and Los Angeles can offer, and they come here to produce commercials for the U.S.

Mr. Caldwell: We had the producers here yesterday and they indicated, just leave that section alone, we are doing okay, thank you very much.

Mr. Foss: Absolutely.

Mr. Caldwell: What do you think of the CBC's idea of going 95% Canadian by 1991?

[Traduction]

francophones, et vice versa. Pour certaines de nos marques, nous n'achetons rien à CFCF-TV ou à la télévision anglaise de Montréal.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you.

M. Caldwell: Pour ce qui est de la déduction de 150 p. 100 pour les annonces, est-ce une proposition que vous avez faite au groupe de travail au début?

M. Foss: Nous avons proposé des mesures d'encouragement, pas nécessairement sous cette forme,—c'était un choix de je ne sais trop qui,—afin que les émissions canadiennes soient plus concurrentielles avec les autres possibilités dans le domaine de la radiodiffusion. Nous l'avons souvent dit au CRTC et au ministère des Communications.

M. Caldwell: Mais cette recommandation particulière n'est pas propre à vous?

M. Foss: Pas dans le cadre de l'impôt sur le revenu.

M. Caldwell: Si je comprends bien votre mémoire, vous voulez dire qu'on ne devrait pas produire plus d'émissions canadiennes, mais qu'on devrait faire des émissions de qualité, moins nombreuses, et viser un plus grand auditoire. Est-ce exact? Vous préféreriez cela?

M. Foss: C'est plus intéressant pour nous et pour l'élément le plus important de la radiodiffusion, à notre avis, les auditeurs.

M. Caldwell: Basons-nous sur la cote d'écoute plutôt que sur... .

M. Foss: Plutôt que sur la proportion du temps. Si on doit acheter une certaine quantité de temps, on doit acheter n'importe quelle émission offerte pour le faire. On doit la regrouper avec d'autres biens afin de la vendre. Cela n'encourage pas la production de bonnes émissions. On peut produire n'importe quoi de cette façon.

M. Caldwell: Quel pourcentage des annonces télédiffusées produit-on au Canada à l'heure actuelle?

M. Foss: Cela varie, mais nous estimons que cela se situe entre 70 et 80 p. 100.

M. Caldwell: Et est-ce qu'une bonne partie de cela va aux exportateurs ou non?

M. Foss: Aujourd'hui, on fait plusieurs annonces publicitaires qui ne sont jamais diffusées au Canada; elles ne sont diffusées qu'aux États-Unis. Nous avons des centres de production maintenant qui peuvent concurrencer les meilleurs qu'offrent Hollywood, New-York et Los Angeles; on vient ici pour produire des annonces destinées aux États-Unis.

M. Caldwell: Les réalisateurs ont comparu ici hier et ils nous ont dit de rester tranquilles, qu'ils vont très bien, merci.

M. Foss: Absolument.

M. Caldwell: Que pensez-vous de la proposition de Radio-Canada d'avoir 95 p. 100 de contenu canadien d'ici 1991?

[Text]

[Translation]

• 0930

Mr. Foss: I will start it; my colleagues may have other views on it as well. It will be detrimental to the commercial aspect of how to attract advertising revenues. You are not going to have as saleable a property if you go to that height. Principally, to head in that direction we have supported, but it has to be understood that if you want to attract commercial revenues it has to have audiences.

Mr. Caldwell: You were mentioning also in your brief, or verbally, that at the CBC there might be other opportunities where advertising could be sold. Are you suggesting possibly the news?

Mr. Foss: Yes, it could have a commercial break as the other private networks do.

Mr. Caldwell: And if I might, Mr. Chairman, I just want something clarified for the record. I think it was Mr. Denis who was maybe mentioning advertising trends. You predicted a 2% to 4% increase in advertising over the next year. Is that correct? Is that what you said?

Mr. Foss: Yes, that is what we estimate at this point.

Mr. Caldwell: That was based on previous predictions, not necessarily since the stockmarket problems.

Mr. Foss: No, that was well ahead of anything to do with the stockmarket.

Mr. Caldwell: Is the stockmarket going to have an effect?

Mr. Foss: It may. At this point, from an association point of view, we are advocating that when you face the kind of troubles that could result from the stockmarket, you should be telling your story more not less. Whether our members will follow that advice remains to be seen.

Mr. Caldwell: Thank you very much, gentlemen. Thank you, Mr. Chairman.

The Vice-Chairman: Thank you, Mr. Caldwell, and Messrs. Foss, Denis, Copeland and Brown, thank you for taking the time this morning. We appreciate it.

Our next witness this morning is Mr. Ron Osborne, President of Maclean Hunter Limited. As Mr. Osborne makes his way to the table we would like to welcome Mr. Pennock to the committee. It is good to see you. As we extended to Ms McDonald, it is nice to be in your town this time.

Mr. Pennock: Thank you, Mr. Chairman.

The Vice-Chairman: Good morning and welcome, Mr. Osborne. As you know, we have 30 minutes allocated and it is good to welcome you here as a broadcaster this

M. Foss: Je vais commencer par répondre et mes collègues auront peut-être quelque chose à ajouter. Les recettes publicitaires devraient s'en ressentir. En effet, avec un tel niveau, le temps d'antenne de Radio-Canada deviendra moins attrayant. De façon générale, nous ne sommes pas opposés à nous engager dans cette direction, mais il faut bien savoir que, si l'on veut dégager des recettes publicitaires, il faut avoir de bons indices d'écoute.

M. Caldwell: Vous disiez également dans votre mémoire, ou dans vos remarques, que d'autres possibilités commerciales pourraient être exploitées par la SRC. Pensiez-vous à des annonces publicitaires pendant les bulletins de nouvelles?

M. Foss: Oui, nous pourrions insérer des messages publicitaires dans les informations, comme le font les stations privées.

M. Caldwell: Si vous permettez, monsieur le président, j'aimerais une précision sur un point. Je crois que c'est M. Denis ce matin qui mentionnait les tendances en matière publicitaire. Vous prédisiez une augmentation de 2 à 4 p. 100 des dépenses publicitaires l'année prochaine. Est-ce exact? Vous ai-je bien compris?

M. Foss: Oui, c'est notre estimation du moment.

M. Caldwell: Fondée sur des prévisions antérieures, et qui ne tiennent plus nécessairement depuis la chute de la Bourse.

M. Foss: Non, c'était bien avant l'effondrement de la Bourse.

M. Caldwell: Est-ce que celui-ci pourrait modifier les choses?

M. Foss: C'est possible. Du point de vue de notre Association, nous disons que lorsqu'il se produit le genre de turbulences comme celles que l'on a vues à la Bourse, les entreprises doivent faire davantage de publicité et non moins. Je ne sais pas si nos membres suivront ce conseil.

M. Caldwell: Je vous remercie infiniment, messieurs. Merci, monsieur le président.

Le vice-président: Je vous remercie, monsieur Caldwell, ainsi que MM. Foss, Denis, Copeland et Brown d'avoir pris le temps de venir ce matin. Nous vous en sommes reconnaissants.

Le prochain témoin que nous entendons ce matin est M. Ron Osborne, président de Maclean Hunter Limited. En attendant que M. Osborne prenne place, je voudrais souhaiter la bienvenue à M. Pennock à notre Comité. C'est un plaisir que de vous avoir parmi nous. Ainsi que nous l'avons dit à M^{me} McDonald, il est agréable pour nous de séjourner dans votre ville cette fois-ci.

M. Pennock: Je vous remercie, monsieur le président.

Le vice-président: Bonjour et bienvenue, monsieur Osborne. Ainsi que vous le savez, nous pouvons vous consacrer 30 minutes. Nous sommes ravis de recevoir en

[Texte]

morning. We are going to be meeting a number of broadcasters in this second day of our hearings in Toronto and I know committee members have a number of questions to ask you.

If you would like to open with a brief opening statement it will enable us time to ask some questions.

Mr. Ronald Osborne (President, Maclean Hunter Limited): Thank you, Mr. Chairman. I represent Maclean Hunter Limited which is the parent company of a diversified group of media operations. I was personally responsible some years ago for the broadcast operations of Maclean Hunter Limited. I am no longer directly responsible, though of course ultimately they report to me and to my boss who is the chairman of Maclean Hunter, who sends his apologies. He is out of the country this week, otherwise he would be here with me.

Maclean Hunter, as you know, is a diversified company with operations in magazines, printing, business forms, etc., but you are primarily interested today in the broadcast operations. I will deal very quickly with our background there.

We have 22 radio stations scattered across the breadth of Canada from Prince Edward Island to Alberta and some in Ontario. There are none in the province of Quebec or in the other prairie provinces. We have a television station in Calgary and another television station in Lethbridge and we have cable operations in Ontario. You will be meeting with Mr. Gage, I believe this afternoon, who is the Chief Executive Officer of our Cable Division and thereby works with me.

I come from what I will call the business perspective as opposed to the day to day operations perspective of Maclean Hunter Limited. Each of our radio stations has its own management team, whether that is located in the Maritimes, whether it is in Ontario or whether it is in the province of Alberta. Our television stations are independently managed as, indeed, our cable operations are.

Each of our broadcast entities has its own independent board of directors made up of one or two Maclean Hunter representatives and the majority of outside representatives from the communities. So while I am familiar with those operations to the extent time permits, I do not have day to day operating responsibility for them. I have responsibility for the Maclean Hunter position in total, so that is the perspective I will try to bring.

Rather than read you a long speech, I have written some points to which I would like to speak.

• 0935

Let me start, given Mr. Edwards' invitation in his memorandum of October 7, with the free trade

[Traduction]

vosre personne un radiodiffuseur. Nous en verrons un certain nombre en cette deuxième journée d'audiences à Toronto et je sais que les membres du Comité auront pas mal de questions à vous poser.

Si vous voulez nous faire une brève déclaration liminaire, il nous restera du temps pour vous poser des questions.

M. Ronald Osborne (président, Maclean Hunter Limited): Je vous remercie, monsieur le président. Je représente Maclean Hunter Limited qui est la société de holding d'un certain nombre d'entreprises de communications diversifiées. J'ai dirigé personnellement les opérations de radiodiffusion de Maclean Hunter Limited pendant quelques années. Je n'en suis plus responsable, bien que c'est à moi que l'on rende compte, ainsi qu'à mon supérieur, le président de Maclean Hunter, lequel vous présente d'ailleurs ses excuses. Il se trouve à l'étranger cette semaine, sinon il serait venu lui-même.

Maclean Hunter, ainsi que vous le savez, est une entreprise diversifiée exploitant des magazines, des ateliers d'impression de formulaires commerciaux, etc., mais vous vous intéressez ici surtout à la radiodiffusion. Je voudrais faire brièvement le point de notre activité dans ce secteur.

Nous possédons 22 stations de radio disséminées à travers tout le Canada, depuis l'Île-du-Prince-Edouard jusqu'à l'Alberta et l'Ontario. Nous n'en avons pas au Québec ni dans les autres provinces des Prairies. Nous possédons une station de télévision à Calgary et une autre à Lethbridge et des sociétés de câblodistribution en Ontario. Vous rencontrerez cet après-midi M. Gage, qui est le directeur général de notre division du câble et, de ce fait, mon collaborateur.

Je m'inscris dans ce que j'appellerai une perspective commerciale générale, par opposition à celle de la gestion quotidienne des opérations de Maclean Hunter Limited. Chacune de nos stations de radio possède sa propre équipe directoriale, que ce soit dans les Maritimes, en Ontario ou en Alberta. Nos stations de télévision sont gérées de manière indépendante, de même que nos sociétés de câblodistribution.

Chacune de nos entités de radiodiffusion possède son propre conseil d'administration se composant d'un ou deux représentants de Maclean Hunter, les autres membres étant majoritairement des représentants des collectivités concernées. Donc, dans la mesure où je me tiens au courant de leur fonctionnement, dans la mesure où j'en ai le temps, je ne suis pas responsable de leur gestion quotidienne. Mes responsabilités sont à l'égard de la société mère et c'est donc sur ce plan que je vais me placer.

Plutôt que de vous faire un long discours, j'ai noté un certain nombre de points dont je voudrais vous entretenir.

Permettez-moi de commencer, pour faire suite à l'invitation de M. Edwards, dans sa note de service du 7

[Text]

agreement. I guess I as much as anybody in the broadcast industry, from an industry perspective, was vocal in the free trade debate as it related to the cultural industries. I guess the long and the short of it is that, as Mr. Foss said earlier, the Canadian negotiators by and large listened to the complaints, the concerns, the worries, and the advice broadcasters and other cultural industries gave to them throughout the process. Bill C-58 has been maintained. Simulcast has been maintained. Canadian content has been maintained—and believe it or not, even that was under attack at one point; and that is a key ingredient.

There are a couple of issues that probably need discussing. One is the copyright on cable retransmission of U.S. television signals. That is an extremely complicated area. In this regard I would say only the following. It will be important in formulating the copyright legislation on cable retransmission to differentiate between what I will call “local off-air signals” and “distant signals”; i.e., satellite or perhaps microwave-delivered signals. If we do not distinguish between off-air signals and distant signals, then we will be opening up a ball of wax within Canada, let alone outside Canada, that will be of enormous proportions. In addition, if we are not careful, we will be driving Canadians away from cable systems back to the days of antennae that stuck 30 or 40 feet into the air. Quite apart from the esthetics of that, which are a separate issue, I think that would have a very detrimental affect on the broadcasting system, because the cable system at this point represents the best way of capturing Canadians into a Canadian broadcasting system while at the same time allowing them access to U.S. programming, which they demand and we will not be able to stop them from seeing.

I think we should not delude ourselves as to where these copyright payments will go. They will end up in Hollywood regardless of the mechanism. I recognize much of the literature says the copyright payments will go to the Canadian broadcast rights holder for a particular foreign show that is transmitted by satellite into Canada. For example, if CTV has bought a particular show, well, the CBC has bought a particular show from the United States, and in addition that show comes in over the border on a U.S.-delivered satellite show. So in theory, as I understand it, the copyright payment will likely go to CTV or CBC. That sounds simple, and it sounds as if the money stays within Canada.

I think that is a naive interpretation, because obviously what happens is it simply ups the price Hollywood will be able to charge CBC or CTV for the price. However we cut it, that show will have a market value on the street, a “street value”, if you like, in Canada equivalent to the revenues it can generate in Canada. Those revenues will include the copyright payment.

That does not mean to suggest I do not agree some copyright is required. I think frankly we are on weak

[Translation]

octobre, avec l'accord de libre-échange. Comme tout le monde dans le secteur de la radiodiffusion, je suis intervenu dans le débat sur le libre-échange pour défendre les industries culturelles. Dans l'ensemble, ainsi que M. Foss l'a déjà dit, les négociateurs canadiens ont très bien répondu aux doléances, aux inquiétudes et aux conseils que les radiodiffuseurs et les autres intervenants dans les industries culturelles leur ont donnés tout au long des négociations. Le projet de loi C-58 a été préservé, la substitution simultanée également, les règles du contenu canadien ont pu être maintenues et—croyez-le ou non, même cet aspect a été remis en question à un moment donné et il est vraiment crucial.

Il y a un certain nombre de points qu'il me faut soulever. L'un est celui du droit d'auteur, pour la transmission par câble de signaux de télévision américains. C'est une question extrêmement complexe et je me limiterai à dire ceci. Il faudra bien veiller, en formulant la législation en ce domaine, à distinguer entre ce que j'appellerais «les signaux hertziens locaux» et les «signaux distants», à savoir ceux acheminés par satellite ou peut-être même par micro-ondes. Si on ne distingue pas entre les signaux hertziens et les signaux distants, on va se créer des difficultés au Canada et même en dehors, qui risquent d'atteindre des proportions énormes. En outre, si nous n'y prenons garde, nous pousserons les Canadiens à renoncer au câble et à retourner à l'époque des antennes de 30 à 40 pieds de hauteur. Outre leur aspect inesthétique, qui fait l'objet d'une question distincte, cela aurait un effet très néfaste pour le système de la radiodiffusion car la câblodistribution, aujourd'hui, est devenue le meilleur moyen de faire regarder aux Canadiens des émissions américaines tout en leur donnant accès aux émissions américaines qu'ils veulent regarder et que nous ne pourrions pas les empêcher de suivre.

Je pense qu'il ne faut pas s'illusionner concernant l'effet qu'auront ces paiements au titre des droits d'auteur. Ils vont aboutir à Hollywood, quels que soient les mécanismes reconnus. Je sais bien que l'on fait valoir ici ou là que les droits d'auteur iront aux détenteurs des droits de diffusion canadiens d'une émission étrangère en particulier transmise par satellite au Canada. Par exemple, si CTV a acheté les droits d'une émission en particulier, ou si CBC a acheté une émission américaine, et que la même émission est diffusée par une chaîne américaine transmise par satellite. Donc, en théorie, si j'ai bien compris le raisonnement, le droit d'auteur irait dans la poche de CTV ou de Radio-Canada. Cela paraît simple et donne l'impression que cet argent va rester au Canada.

Mais cela me paraît une interprétation naïve, car manifestement, tout ce qui va se passer, c'est que le prix que Hollywood pourra facturer à CBC ou à CTV pour cette émission va augmenter. Quelle que soit la manière dont on s'y prenne cette émission aura une valeur marchande équivalant aux recettes qu'elle peut dégager au Canada. Ces recettes comprendront les droits d'auteur.

Je ne conteste pas pour autant l'idée qu'une certaine protection du droit d'auteur est nécessaire. Franchement,

[Texte]

territory when it comes to distant U.S. signals being transported into Canada without copyright protection. So if we have not seen the proposed legislation, the proposals make sense.

There is one further aspect under the free trade agreement that at this point is unclarified, and likely will not be clarified until the U.S. chooses to exercise it. As you know, the draft agreement, the "elements of the agreement", as they are called, make reference to the exemption of the cultural industries from the free trade agreement. But there is a kind of catch-all phrase that gives the U.S. the right to take retaliatory action in the event it perceives its best commercial interests to be injured by any protective mechanisms Canada might have today or might introduce in the future.

I do not know what that means in practice. Does it mean mirror legislation? It might; but I do not see that mirror legislation in and of itself is terribly important. There is no American advertising on Canadian television that I am aware of, other than very spotty amounts perhaps in Windsor. There is very little advertising out of the United States in Canadian magazines trying to attract a U.S. audience. So I am not sure what form this retaliatory action could take. But that is an "unanswerable". It is one we have to live with, and I think all things considered it is making the best of a difficult job. To the extent that this committee previously was helpful in persuading the negotiators and the government to take the stand it did in the free trade agreement, on behalf of my company at least, I would like to thank you, because it is clearly very important to us.

In preparing for today, I went back to the presentation I made to the Caplan-Savageau commission very nearly two and a half years ago. I have attached to this paper today the notes I used as the discussion point that particular day.

• 0940

I do not propose to go through them all, but I would like to return to a couple of points we made at that time. Upon reflection, I think it is fair to say that I still agree with most of what I said then. There are a number of points I would change if I were doing it today. So I do not feel as if we need worry too much about what I said then. If you would like to read it at your leisure, that would be fine.

Items 1 through 5 of that presentation I still support, and I would dwell only, perhaps, on item 1, a reminder from a businessman's perspective that there are six components to the television industry. Mr. Foss really alluded to this.

There is the viewer, and we can no longer dictate what he or she is going to watch. Whether we like it or not, the

[Traduction]

je pense que nous sommes en terrain glissant lorsque nous diffusons au Canada des signaux américains éloignés sans tenir compte du droit d'auteur. Aussi, et sans avoir vu le texte du projet de loi, les propositions à cet égard me paraissent raisonnables.

Il est un autre aspect mis en jeu par l'accord de libre-échange qui n'est pas encore très clair et qui ne le sera pas avant que les États-Unis ne choisissent d'exercer leur droit. Ainsi que vous le savez, le projet d'accord, «les éléments» de l'accord, comme on les appelle, mentionne que les industries culturelles sont exemptées du libre-échange. Mais il contient également une formule générale qui confère aux États-Unis le droit de prendre des mesures de représailles s'ils jugent que des mécanismes de protection existant aujourd'hui au Canada ou mis en place à l'avenir portent préjudice à leurs intérêts commerciaux.

Je ne vois pas ce que cela signifie dans la pratique. Cela signifie-t-il le droit d'adopter une législation identique aux États-Unis? C'est possible, je ne vois pas en quoi cela réglerait le problème. On ne diffuse pas à la télévision canadienne de publicité américaine, à ma connaissance, sauf peut-être très ponctuellement à Windsor. Il y a très peu d'annonces publicitaires américaines passées dans des magazines canadiens qui viseraient l'auditoire américain. Je ne vois pas donc quelle forme ces mesures de représailles pourraient prendre. Cela restera un point d'interrogation et il faudra s'en contenter et je pense que dans l'ensemble, nous avons obtenu tout ce qui était possible dans des circonstances difficiles. Dans la mesure où le Comité a su persuader les négociateurs et le gouvernement d'adopter la position qu'ils ont défendue dans les négociations sur le libre-échange, je voudrais vous féliciter, du moins au nom de ma société, car tout cela revêt pour nous une importance extrême.

En préparant ma comparution, j'ai ressorti mon intervention devant la Commission Sauvageau-Caplan il y a près de deux ans et demi maintenant. J'ai joint à mon mémoire d'aujourd'hui les notes dont je m'étais servi alors.

Je ne vais pas les passer en revue entièrement mais revenir simplement sur certains points que j'avais fait valoir à l'époque. Réflexion faite, je puis dire que je maintiens à peu près tout ce que j'avais dit alors à quelques petites exceptions près. Si vous avez le temps, vous pouvez relire ce que j'ai dit à l'époque mais sans y attacher trop d'importance.

Je maintiens toujours les points 1 à 5 de cette intervention et je ne reviens que sur le premier, pour rappeler, du point de vue de l'homme d'affaires, que l'industrie de la télévision comporte six éléments. M. Foss en a déjà parlé.

Il y a le téléspectateur, à qui nous ne pouvons plus dicter les émissions qu'il va regarder ou non. Que cela

[Text]

viewer has open season, and in my view it is foolish in the long term to think we are going to be able to dictate or somehow censor Canadian viewing habits. All we can do is entice; we cannot dictate.

There is the advertiser: The advertiser, as Mr. Foss indicated, follows the viewer. And it is because of the advertiser that private television broadcasting, and for that matter all commercial radio in this country, is possible. Ironically, it is very difficult to regulate either the viewer or the advertiser. So the basic economic fundament of the private broadcasting industry is essentially unregulatable. If we do not deliver audience the advertiser does not advertise. If the advertiser does not advertise, we will not have the revenues to buy or produce programming to deliver audience. So in effect we are dealing with a kind of conundrum here.

That leaves the private broadcaster, the public broadcaster... and I think there is a difference between the public broadcaster and the private broadcaster, because I believe that broadcasting is the balancing of commercial and cultural interests. The private broadcaster, by nature of being a commercial undertaking, inevitably will focus more on commercial and a little less perhaps—not to the exclusion of, but a little less—on cultural aspirations.

The public broadcaster has the opportunity, while keeping in mind commercial operations, to focus almost entirely on cultural aspirations. And that perhaps is a question of balancing. It is not a question of polls, black and white, it is a question of balancing somewhere in the middle.

The independent producer is a key part of the industry, and again, is essentially not subject to regulation, although of course subject to incentive. And then there is the regulator himself, or herself. The regulator, of course, is in a rather unique position, trying to regulate an industry where the two key economic forces, the viewer and the advertiser, are essentially beyond regulation.

I made comments on the CRTC at the Caplan-Sauvageau hearing, and in general, I think those comments are still valid today, although I would say that the CRTC has done a splendid job of trying to deal with less regulation and less paperwork, particularly in the cable industry. I am not convinced, frankly, that we have moved very far in the reregulation or deregulation of the broadcast industry, and maybe we should not. But I do not think it is fair to say that we have moved very far in that direction.

I guess the one problem I have with the CRTC, which I have expressed to members of the CRTC on occasions and will briefly express again today, is that, purely from the standpoint of the businessman in me, I have problems with the length of time it takes to get decisions that have very enormous impacts on the investment process in Canada.

[Translation]

nous plaise ou non, le téléspectateur est libre et, à mon sens, il est ridicule de penser que l'on va pouvoir à long terme lui imposer les images qu'il va consommer ou les censurer. Tout ce que nous pouvons faire c'est inciter, sans contraindre.

Il y a ensuite l'annonceur: l'annonceur, ainsi que M. Foss l'a dit, suit de près le téléspectateur. Et c'est grâce à l'annonceur que la télévision privée et toute la radio commerciale dans notre pays sont possibles. Paradoxalement, il est extrêmement difficile de réglementer tant le téléspectateur que l'annonceur. Ainsi, le fondement économique de la radiodiffusion privée échappe à toutes fins utiles à la réglementation. Si nous ne fournissons pas un taux d'écoute, l'annonceur n'annonce pas. Si l'annonceur ne fait pas de publicité, nous n'aurons pas de recettes pour acheter ou produire les émissions qui apporteront l'indice d'écoute. C'est donc une espèce de boucle sans fin.

Cela laisse le radiodiffuseur privé, le radiodiffuseur public... et je pense qu'il y a une différence entre les deux en ce sens que la radiodiffusion doit réaliser un compromis entre les intérêts commerciaux et les intérêts culturels. Le radiodiffuseur privé, étant par définition une entreprise commerciale, attache inévitablement davantage d'importance à l'aspect commercial et moins aux aspirations culturelles, sans aller jusqu'à les ignorer entièrement.

Le radiodiffuseur public a la possibilité, sans négliger entièrement les considérations commerciales, de concentrer son attention presque entièrement sur les aspirations culturelles. Il y a un équilibre à trouver à la jonction de ces deux pôles d'intérêts.

Le producteur indépendant est un élément clé du secteur et, lui aussi, échappe presque entièrement à la réglementation, tout en étant très sensible aux incitations. Il y a ensuite le réglementateur lui-même qui se trouve dans une situation tout à fait inconfortable puisque les deux principales forces économiques, le téléspectateur et l'annonceur, échappent à son influence.

J'ai parlé du CRTC lors de mon intervention devant le groupe Caplan-Sauvageau et je maintiens à peu près ce que j'en disais, et j'ajouterais seulement que le Conseil a très bien su alléger sa réglementation et le fardeau administratif qu'il impose, particulièrement dans le domaine de la câblodistribution. Je ne suis pas convaincu, franchement, que nous soyons allés très loin dans le sens de la re-réglementation ou de la déréglementation du secteur de la radiodiffusion, et peut-être ne le faut-il pas mais je pense que l'on peut dire que nous ne sommes pas allés très loin dans cette direction.

L'un des reproches que j'adresserais au CRTC, et j'en ai déjà fait part à ses membres à diverses reprises, et je veux le répéter brièvement ici, est celui-ci. En me plaçant purement du point de vue de l'homme d'affaires, je trouve excessif le temps qu'il met à rendre ses décisions alors que celles-ci conditionnent de très près le processus d'investissement au Canada.

[Texte]

[Traduction]

• 0945

If you think back to the Standard Broadcasting acquisition from Conrad Black by Mr. Allan Slaight, that was virtually a year in the embryo. There are now transactions that have been announced where we still do not know when the hearing date will be, and in all likelihood there will be at least a lapse of at least 12 months, maybe 15 months, between the announcement of a transaction and the actual decision.

I do not want to suggest that I think these decisions should be ramrodded or railroaded through the CRTC. Far from it. The CRTC has a job to do, and should do it, and indeed does do it very well. I do believe, however, we need to take more into account than the commercial imperatives of, for want of a better word, Bay Street or Wall Street, the fact that private broadcasters typically rely on private capital. That is a very elusive commodity these days, as you are aware.

I referred that day to the need to have the Canadian broadcaster have cheaper and better access to satellites. I still believe that to be an issue.

I talked about additional services and the fact that Canadians want more services, whether they are Canadian or from the U.S. or from the U.K. Canadians' appetite for broadcast seems to be insatiable, and there is nothing we can do to stop that.

The only comment I would add would be our concern about the increasing fragmentation of the broadcast spectrum in Canada without often adding new services. Let me give you one example. In Calgary, which I am most familiar with, we broadcast on the time zone Alberta is located in. For the sake of the argument, we might be running a particular show at 8 o'clock at night. The Spokane television stations, which are the nearest U.S. stations, come in effectively one hour off schedule, and they come in some 600 miles by microwave. This is hardly a local television station that is coming into our market. It is clearly a distant signal by anybody's definition. It comes in effectively one hour off schedule at 9 p.m. So if it happens to be imported programming we are carrying, or our competitors in Calgary are carrying, and the Spokane stations are carrying it, in effect our audience, in spite of simulcast, is going to be diluted. There is nothing we can do about that. We have lived with that for many years, and it is liveable.

However, ironically, Cancom is now delivering into that marketplace, and in Lethbridge it is reaching roughly 80% of the market, and Detroit American signals as well, and packaging them as so-called specialty services. So now we have the rather ironic situation of imported programming on the air at 6 p.m. in Lethbridge, perhaps

Si vous vous souvenez du rachat par M. Allan Slaight de la Standard Broadcasting de Conrad Black, il a pratiquement fallu attendre la décision pendant un an. Des transactions ont aujourd'hui été annoncées et dont la date d'audience n'a même pas encore été fixée et pour lesquelles il faudra attendre au moins 12 mois, et peut-être 15. la décision.

Je ne dis pas qu'il faille prendre ces décisions en coup de vent, très loin de là. Le CRTC a un travail à faire, il doit le faire et le fait très bien. Je pense, cependant, qu'il faut tenir davantage compte des impératifs commerciaux de Bay Street ou de Wall Street, du fait que les radiodiffuseurs privés ont un besoin de capitaux privés. Or, ces derniers ne sont pas faciles à trouver aujourd'hui, ainsi que vous le savez.

J'ai parlé également à l'époque du besoin qu'éprouvaient les radiodiffuseurs canadiens d'un accès meilleur et moins coûteux aux satellites. Je n'ai pas changé d'avis.

J'ai parlé des services additionnels et du fait que les Canadiens veulent davantage de services, que ces derniers proviennent du Canada ou des États-Unis ou du Royaume-Uni. L'appétit des Canadiens en la matière semble insatiable et il n'y a rien que nous puissions faire pour le changer.

J'ajouterai simplement une note d'inquiétude concernant la fragmentation croissante du marché au Canada sans que celle-ci ne s'accompagne de nouveaux services. Laissez-moi vous donner un exemple. À Calgary, qui est le marché que je connais le mieux, nous diffusons dans le fuseau horaire où se situe l'Alberta. Pour faciliter la compréhension, disons que nous diffusons une émission particulière à 20 heures. Les stations de télévision de Spokane, qui sont les stations américaines les plus proches, ont une heure de retard et leurs signaux sont transmis par micro-ondes sur 600 milles de distance. On ne peut guère considérer que c'est là une station de télévision locale présente sur notre marché. C'est manifestement un signal distant, quelle que soit la définition que l'on retienne. Ces stations ont une heure de retard sur nous et leurs émissions nous parviennent donc à 21 heures. Si nous passons ce jour-là une émission importée, ou si nos concurrents de Calgary diffusent une émission importée également transmise par les stations de Spokane, notre auditoire, en dépit de la substitution simultanée, va se trouver fragmentée. Il n'y a rien que nous puissions faire pour l'empêcher. C'est une situation que nous connaissons depuis maintes années et elle est vivable.

Cependant, paradoxalement, Cancom diffuse maintenant également dans notre marché, de même qu'à Lethbridge et touche à Lethbridge 80 p. 100 de l'auditoire, et fournit les signaux américains en provenance de Detroit sous l'apparence de services spécialisés. Il est donc possible de voir la même émission importée à 18 heures à

[Text]

8 p.m. on either CFAC or CFCN, the Canadian signal, and then again at 9 p.m. on the Spokane signal.

From an audience perspective that is superb. They get three kicks at the can. You might argue, why not? That is well and good, but the problem is, of course, to the extent you fragment the audience you limit the ability of the Canadian broadcaster to maximize the revenue on that audience, which in turn limits the amount of funds he has available for local news, local current affairs, the production of Canadian drama, the production of Canadian docudramas, the production of documentaries, etc. In effect, you are undermining little by little—you are not biting at it, but you are nibbling at it—the economic underpinning.

I would add that to the concerns I expressed to Caplan-Sauvageau.

I do believe the TV Canada proposal, moving onto point 4 in today's paper, moves in the right direction. I think there are better ways to do it, and I think back to the "Applebert" committee report which suggested giving local broadcasters repeat channels on cable to the extent there was available spectrum on the cable system to provide Canadian content only, either of a repeat nature or of a new regional distant nature. I think that is the easier, the more logical way to go. Of course, under that proposal all revenues would go to Canadian content.

• 1000

My own view is that the proposal in the Caplan-Sauvageau report for a U.S. three-plus-one package is unworkable. I think the copyright regulations will make it unworkable. I think the process of negotiating with the U.S. broadcasters to carry their content will make it unworkable. I frankly do not believe it is going to be possible to push so much water uphill. I just think it is a good idea but it does not make sense in pragmatic terms.

The Vice-Chairman: If I may jump in at this point, unfortunately we have only 30 minutes and you have opened a number of important issues. You are at 15 minutes.

Mr. Osborne: May I make just one more point? It is unfortunate that radio always comes last.

The Vice-Chairman: It need not.

Mr. Osborne: It need not, and I should have done radio a service by putting it first. Radio always gets short shrift in these hearings.

Mr. Caldwell: Not in this one.

Mr. Osborne: In former hearings, excuse me. It got short shrift by Caplan-Sauvageau. I believe that radio should be subject to a separate forum in which to discuss its issues. The only point I would make in radio is that we

[Translation]

Lethbridge, puis à 20 heures sur CFAC ou CFCN, la station canadienne, et de nouveau à 21 heures sur le signal de Spokane.

Du point de vue du téléspectateur, c'est merveilleux. Il a trois occasions de voir son émission. Et pourquoi pas, direz-vous? C'est bel et bon, mais le problème est que plus l'on fragmente l'auditoire plus l'on réduit les recettes que le radiodiffuseur canadien peut en tirer, ce qui réduit les sommes qu'il peut consacrer à la production de journaux locaux, de magazines d'informations locales, à la réalisation de dramatiques canadiennes, de documentaires, etc. Dans la pratique, cela revient à grignoter petit à petit l'assise économique de ces stations.

Je voulais ajouter cela aux préoccupations que j'avais déjà exprimées à la Commission Caplan-Sauvageau.

Pour passer au point 4, je considère que le projet de Télé-Canada va dans la bonne direction. Je pense qu'il y a de meilleures façons de parvenir à l'objectif et je pense notamment à la recommandation du Comité «Applebert» qui préconisait de donner aux radiodiffuseurs locaux des canaux sur le câble, dans la mesure où des fréquences sont disponibles, afin d'y diffuser en deuxième ou troisième reprise des émissions exclusivement canadiennes, soit en reprise soit en première diffusion régionale. Il me semble que ce serait plus facile et plus logique. Évidemment, avec cette proposition, toutes les recettes seraient réinjectées dans la réalisation d'émissions canadiennes.

A mon sens, la proposition de Caplan-Sauvageau qui prévoit trois signaux américains plus un est impraticable. Je pense que la législation en matière de droits d'auteur l'interdira. Je pense que l'obligation de négocier avec les radiodiffuseurs américains pour transmettre leurs émissions rend cette idée impraticable. Franchement, je ne pense pas qu'il soit possible d'aller tellement contre l'ordre naturel des choses. Cela me paraît une excellente idée, mais je vois mal comment elle pourrait fonctionner dans la pratique.

Le vice-président: Puis-je vous interrompre, nous n'avons malheureusement que 30 minutes à vous consacrer et vous avez déjà abordé un certain nombre de points importants. Vous avez déjà pris 15 minutes.

M. Osborne: Pourrais-je dire juste une dernière chose? Il est regrettable que la radio vienne toujours en dernier.

Le vice-président: Ce n'est pas obligé.

M. Osborne: Non et j'aurais dû rendre service à la radio en commençant par elle. La radio est toujours le parent pauvre dans ces audiences.

M. Caldwell: Non pas dans celles-ci.

M. Osborne: Veuillez m'excuser, dans les audiences précédentes, Caplan et Sauvageau l'ont négligée. Je pense que la radio devrait faire l'objet d'un forum distinct qui lui serait exclusivement réservé. La seule chose que je

[Texte]

now have a full spectrum of AM and FM licences in Canada. I think the time has come to treat AM and FM essentially alike in terms of regulation and to have one regulation, 30% Canadian content, and to let the marketplace decide who is delivering the right content. None of this 15% on this FM format, 20% on this FM format, 30% on AM, and a lot of other detailed regulations.

I welcome any questions.

The Vice-Chairman: Mr. Osborne, we will let you know for the record that of the seven committee members, three of us in former life were radio broadcasters. This committee puts a much greater weight on radio perhaps than others.

Mr. Osborne: I appreciate it.

Le vice-président: Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Osborne, je vous remercie pour votre mémoire et pour vos commentaires.

Je vais axer mon intervention sur ce qui se passe à Thunder Bay. Si je ne me trompe, vous êtes un câblodistributeur de cette région. Le canal de langue anglaise de TVOntario est-il offert sur le service de base dans cette région? Est-ce que le CRTC vous a exemptés de la distribution de la chaîne française de TVOntario dans le même secteur?

Mr. Osborne: I think you should ask Mr. Gage this afternoon directly. Mr. Gage runs our cable operations in his day-to-day responsibility. In all candor I do not know the answer to either of your questions. Mr. Gage will know the answer and you will have an opportunity to talk to him this afternoon.

If you do not get the answer you want from Mr. Gage, then by all means I will get it for you, but he will be here and can answer you.

You are correct, however; we do have a cable operation in Thunder Bay.

M. Blackburn (Jonquière): Merci.

Mr. Caldwell: Mr. Osborne, I have a couple of very quick questions. Maclean Hunter has 22 radio stations across the country. Of those 22 stations, what percentage would be in good financial shape?

Mr. Osborne: Given that they are part of a large group, the financial position of each one is relatively assured in that we have the ability to cross-fertilize.

As far as the individual results of each station are concerned, I guess we have probably half a dozen that are losing money, not huge amounts of money but a lot relative to their marketplaces. We probably have half a dozen that are making what I would call reasonable profits, and then we have a bunch in the middle.

[Traduction]

dirai de la radio c'est que nous avons maintenant un éventail complet de stations MA et MF au Canada. Je pense que le moment est venu de leur appliquer essentiellement la même réglementation, avec une contrainte de contenu canadien uniforme de 30 p. 100, et de laisser le marché faire le tri. Assez de ces 15 p. 100 pour tel format MF, 20 p. 100 pour tel autre format MF, 30 p. 100 pour une station MA, et tout ce genre de dispositions détaillées.

Je suis maintenant disposé à répondre à vos questions.

Le vice-président: Monsieur Osborne, nous tenons à ce que vous sachiez que sur les sept membres du Comité, trois ont travaillé par le passé dans la radio. Nous attachons une importance beaucoup plus grande à la radio que d'autres comités peut-être.

M. Osborne: Je le vois bien.

The Vice-Chairman: Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you very much, Mr. Osborne, for your brief and your comments.

I would like to deal mainly with what is happening in Thunder Bay. If I am not mistaken, you operate a cable company in this area. Do you broadcast the English TVO channel on the basic service in this area? Were you exempted by the CRTC from distributing the French TVOntario channel in Thunder Bay?

M. Osborne: Je pense que vous devriez poser la question directement à M. Gage cet après-midi. C'est lui le responsable de nos opérations de câblodistribution. Franchement, je ne connais pas la réponse à votre question. M. Gage pourra vous la donner et vous le recevrez cet après-midi.

Si vous n'obtenez pas la réponse que vous voulez de M. Gage, alors je ferai les recherches voulues pour vous, mais il viendra cet après-midi et pourra vous répondre.

Toutefois, vous avez raison, nous avons une compagnie de câble à Thunder Bay.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you.

M. Caldwell: Monsieur Osborne, quelques questions très rapides. Maclean Hunter possède 22 stations de radio à travers le pays. Sur ce nombre, quel pourcentage se trouve en bonne santé financière?

M. Osborne: Étant donné qu'elles font partie d'un groupe important, la situation financière de chacune est relativement assurée dans la mesure où les déficits de l'une peuvent être absorbés par les profits des autres.

En ce qui concerne les résultats de chaque station individuelle, je dirais qu'une demi-douzaine sont déficitaires, avec des pertes relativement importantes vu la taille de leur marché mais sans être énormes. Nous avons une demi-douzaine qui dégagent des profits que l'on pourrait qualifier de raisonnables et les autres se situent au milieu.

[Text]

Mr. Caldwell: What about networking of radio stations?

Mr. Osborne: Networking is more of a theoretical issue, in my opinion, than a practical one.

Mr. Caldwell: Can you see going to it?

Mr. Osborne: We do go to it in some areas, Mr. Caldwell, but on a very limited basis. Radio is a very local medium. I spent a lot of time in radio, too, Mr. Chairman, not on air; my accent would not permit it. I am afraid. Radio is a very local medium and radio deals with the person in the street right now.

Mr. Caldwell: I am thinking of newscasts and these kinds of things.

• 1005

Mr. Osborne: This is what I am getting to. The bulk of the focus is on local news. It is what the audience wants. The audience does not look to radio for in-depth news. It looks for actuality and for current developments within the city. It looks for weather reports, traffic reports, what happened at city hall or what happened to development proposals. It is a local medium.

We use networking on national news. For many years we have been a supporter of something called News Radio, a national news service.

Mr. Caldwell: You also mentioned that the CBC role is necessarily more cultural and less commercial. Is it not an elitist attitude to put the CBC over there and tell them to provide just Canadian culture and not try to be commercial?

Mr. Osborne: No. As I said, it is a balancing somewhere in the middle. If private and public broadcasting are somewhere around the middle of the spectrum, perhaps one tilts a little this way and one tilts a little that way.

Mr. Caldwell: Are you talking about television or radio?

Mr. Osborne: I am talking about television.

Mr. Caldwell: What about radio?

Mr. Osborne: I have nothing but the highest regard for what CBC Radio does. If I were not a commercial broadcaster, I would probably listen to CBC constantly.

Mr. Caldwell: You do not think CBC Radio should become more commercially oriented to increase audiences.

Mr. Osborne: My guess would be that a lot of people choose to listen to CBC Radio because it is not commercial.

[Translation]

M. Caldwell: Que pensez-vous de l'idée de créer des réseaux de stations de radio?

M. Osborne: A mon avis c'est davantage une possibilité théorique que pratique.

M. Caldwell: Vous paraît-elle concevable?

M. Osborne: Nous le faisons déjà dans certains domaines, monsieur Caldwell, mais c'est très limité. La radio est un médium très local. J'ai longtemps travaillé à la radio, moi aussi, monsieur le président, mais sans passer à l'antenne. Mon accent ne l'aurait pas permis. La radio est un moyen de communication local et aujourd'hui elle s'attache de près à l'homme de la rue.

M. Caldwell: Je pensais aux bulletins d'informations et à ce genre de choses.

M. Osborne: C'est à cela que je voulais en venir. Ce qui compte, ce sont surtout les nouvelles locales. C'est cela qui intéresse les auditeurs de la radio. Ce n'est pas à la radio qu'ils demandent une information approfondie mais l'écoutent pour l'actualité locale de la ville, des bulletins météorologiques, des bulletins sur la circulation, savoir ce qui s'est passé au conseil municipal, et la décision prise sur tel ou tel projet local. C'est un médium local.

Nous nous regroupons pour les informations nationales. Depuis de nombreuses années nous appuyons *News Radio*, un service de nouvelles radiophoniques nationales.

M. Caldwell: Vous avez dit également que la SRC a une vocation davantage culturelle que commerciale. N'est-ce pas une attitude élitiste que de placer la SRC dans son ghetto et de lui dire de faire de la culture canadienne, sans chercher la popularité?

M. Osborne: Non. Comme je l'ai dit, il y a un équilibre à trouver. Si les radiodiffuseurs privés et publics se rejoignent quelque peu dans le milieu de l'éventail, il est normal que l'un penche un peu plus dans un sens et l'autre dans un autre sens.

M. Caldwell: Parlez-vous là de la télévision ou de la radio?

M. Osborne: De la télévision.

M. Caldwell: Et à la radio alors?

M. Osborne: Je porte en très haute estime tout ce que fait la radio de Radio-Canada. Si je n'étais pas un radiodiffuseur commercial, je passerais sans doute mon temps à écouter Radio-Canada.

M. Caldwell: Et vous ne pensez pas qu'elle devrait se donner davantage une orientation commerciale pour accroître son taux d'écoute?

M. Osborne: Je pense qu'un grand nombre de gens choisissent d'écouter la radio de Radio-Canada parce qu'elle n'est pas commerciale.

[Texte]

Mr. Caldwell: I do not mean commercials on it. I mean commercial like the rolling-home type show, the 4 p.m. to 6 p.m. with local newscasts and—

Mr. Osborne: I am sorry, I misunderstood your question. My answer is simply that CBC Radio should not attempt to do what commercial radio does extremely well. If commercial radio is doing it, why put public funds into it? Why not put public funds into those areas commercial radio cannot, will not or, for whatever reason, historically has not done. It is the role of CBC Radio. It is doing it very well and it is generating very large audiences.

Mr. Caldwell: I have a final question about CRTC regulations on radio. I will let someone else deal with television. You are saying your audiences are telling you there are fewer spoken words on FM, but the CRTC says to keep talking. Are you suggesting the licence period be shortened or that re-regulation of some type should take place so you can make adjustments as the market changes?

Mr. Osborne: I am suggesting the regulations should be uniform for AM and FM. I think the regulation should focus on Canadian content. My own view is that a 30% Canadian content in music format is perfectly reasonable for the broadcaster. He or she can live with that in my view in spite of some protestations to the contrary.

I believe the audience will decide if it wants to listen to talk on AM, talk on FM or music on AM or FM.

I think the role of the regulation in the FM spectrum was critical during the development of FM. Twenty years ago there was very little FM spectrum in use. Today it fully utilized to all intents and purposes. An orderly transition has taken place largely because of the regulations, but we now have the spectrum. I do not think there is a requirement for that level of regulation any longer.

Ms McDonald: Mr. Osborne, what are your views on the proposed 45% Canadian content requirement for the 7 p.m. to 11 p.m. period on television?

Mr. Osborne: I can understand where the proposals come from and the motivation for the proposals. I do not quarrel with the theoretical concept. The difficulty I have is that unfortunately the impact will reduce the commercial attractiveness. You heard Mr. Foss say this. That time block will inevitably result in less revenue available to the private broadcasters with which to enter into Canadian content programming.

Ms McDonald: How much of the programming in your Calgary and Lethbridge stations in this time period is

[Traduction]

M. Caldwell: Je ne parlais pas de diffuser des annonces publicitaires. J'entendais commerciale au sens où elle diffuserait des émissions destinées aux automobilistes à l'heure de pointe, le bulletin d'informations locales de 16 heures à 18 heures et. . .

M. Osborne: Veuillez me pardonner, j'avais mal compris votre question. La réponse est tout simplement que la radio de Radio-Canada ne devrait pas singer ce que fait la radio commerciale très bien elle-même. Si la radio commerciale le fait, pourquoi y injecter des fonds publics? Pourquoi ne pas employer les fonds publics pour faire ce que les autres ne font pas, pour quelque raison que ce soit. Voilà le rôle de la radio de Radio-Canada. Elle fait son travail extrêmement bien et jouit de très forts taux d'écoute.

M. Caldwell: J'ai une dernière question sur la réglementation de la radio par le CRTC. Je laisserai quelqu'un d'autre traiter de la télévision. Vous nous dites que l'auditoire souhaite moins de créations orales à la radio MF, mais que le CRTC vous ordonne de continuer à causer. Diriez-vous qu'il faille raccourcir la durée des licences ou bien prévoir d'autres formes d'assouplissement qui vous permettent de mieux suivre l'évolution du marché?

M. Osborne: Je dis que la réglementation devrait être la même pour les stations MA et MF. Je pense que la réglementation devrait mettre l'accent sur le contenu canadien. À mon sens, 30 p. 100 de contenu canadien pour les stations diffusant de la musique est une exigence parfaitement raisonnable quoi qu'en disent certains radiodiffuseurs.

Je pense que le public décidera lui-même s'il veut écouter des causeries sur la radio MA, de la musique sur la radio MF ou les deux sur les deux.

Je pense que la réglementation de la bande MF a été indispensable pendant la phase de développement. Il y a 20 ans, il n'y avait guère de stations MF. Aujourd'hui, les fréquences sont à peu près toutes occupées et la transition a été ordonnée en grande partie grâce à la réglementation. Mais aujourd'hui, tout est en place et je ne pense pas que l'on ait encore besoin d'une réglementation aussi serrée.

Mme McDonald: Monsieur Osborne, que pensez-vous de l'exigence de 45 p. 100 de contenu canadien entre 19 heures et 23 heures à la télévision?

M. Osborne: Je comprends ce qui motive cette proposition et je ne conteste pas la notion théorique. Malheureusement, il en résultera une diminution des recettes publicitaires. Vous avez entendu ce qu'a dit M. Foss. Les radiodiffuseurs vont inévitablement accuser une diminution de leurs recettes publicitaires dans cette tranche horaire, et ce manque à gagner leur fera défaut lorsqu'il s'agira d'acheter ou de réaliser des émissions canadiennes.

Mme McDonald: Quel est le pourcentage d'émissions canadiennes dans cette tranche horaire sur vos stations de

[Text]

Canadian? If you cannot give us exact figures now, will you provide them in writing?

Mr. Osborne: I will supply them.

Ms McDonald: Is it increasing?

Mr. Osborne: Yes, it is increasing. I cannot tell you for this year over last year, but the long-term range is that it is increasing.

Ms McDonald: What about the role of Telefilm Canada?

Mr. Osborne: The role of Telefilm Canada has been critical to the production of Canadian drama and will remain critical to the production of Canadian drama.

Ms McDonald: Is it for you in particular?

Mr. Osborne: It will be for all private broadcasters and for the production industry per se. The Canadian advertising community simply cannot support productions of a world-class quality at half a million dollars for a 30-minute negative. There is not enough advertising money in Canada to support that kind of production cost. A fund such as Telefilm Canada becomes essential.

• 1010

Ms McDonald: I would like to turn to a different question, and that is cross-ownership in the media and corporate concentration. Should the CRTC continue to address this concern on a case-by-case basis, or should there be clearer guidelines that would make it possible for people to know what take-overs would likely be accepted and which ones would not be?

Mr. Osborne: That is an interesting question. Having gone through a number of hearings and having dealt with this subject ourselves, and without having really thought of the answer to that question in advance, I would say that it should be a case-by-case determination of the responsibility of the operator. I am prepared to stand up and be counted on the responsibility with which we run our radio and TV stations and the independence with which any other conflicting media are operated by our company. I have no problem with that concept.

Ms McDonald: What about the cross-ownership and corporate concentration? I do not think you really answered that one.

Mr. Osborne: Size, in and of itself, is not a problem for me. It is my view that the Canadian broadcasting system will ultimately evolve into fewer but larger players, inevitably, as the entrepreneurial age of the pioneers in broadcasting turns into the more routine commercial structure. That is inevitable; it is going to be essential for survival because, with the increasing fragmentation of

[Translation]

Calgary et de Lethbridge? Si vous n'avez pas les chiffres exacts ici, pourriez-vous nous les communiquer par écrit?

M. Osborne: Je vous les communiquerai.

Mme McDonald: Le pourcentage est-il en augmentation?

M. Osborne: Oui. Je ne peux pas vous donner les chiffres précis et ceux de l'année dernière, mais la tendance à long terme est à la hausse.

Mme McDonald: Que pensez-vous du rôle de Téléfilm Canada?

M. Osborne: Téléfilm Canada a joué et jouera encore un rôle de tout premier plan aux fins de la production de dramatiques canadiennes.

Mme McDonald: Est-il important pour vous en particulier?

M. Osborne: Il le sera pour tous les radiodiffuseurs privés et pour tout le secteur de la production en soi. Le secteur de la publicité canadien n'a tout simplement pas assez d'envergure pour financer des productions de qualité mondiale à des prix de un demi-million de dollars les 30 minutes. Les dépenses publicitaires au Canada ne suffisent pas à défrayer des frais de production de ce genre. C'est pourquoi un fonds comme Téléfilm Canada est indispensable.

Mme McDonald: J'aimerais maintenant passer à une autre question, celle de la propriété réciproque dans les médias et de la concentration des sociétés. Le CRTC devrait-il continuer d'examiner cette question selon une formule d'étude cas par cas, ou bien devrait-il y avoir des lignes directrices plus claires de sorte que les gens sachent quels rachats auraient des chances d'être acceptés et lesquels seraient refusés?

M. Osborne: C'est une question intéressante. Ayant participé à de nombreuses audiences, et traité nous-mêmes de cette question, même si je n'ai pas vraiment réfléchi à la réponse que je pourrais vous donner, je dirais que ce qu'il faudrait faire c'est déterminer dans chaque cas, la responsabilité de l'exploitant. Je suis prêt à défendre la responsabilité avec laquelle nous administrons notre station de radio et l'indépendance qui caractérise les autres médias concurrentiels qu'exploite notre société. Cela ne me pose aucun problème.

Mme McDonald: Et qu'en est-il de la propriété réciproque et de la concentration des sociétés? Je ne pense pas que vous ayez répondu à cette question.

M. Osborne: La taille d'une entreprise n'est pas en soi un problème à mes yeux. Selon moi, le système canadien de radiodiffusion évoluera de façon à ce qu'il y ait moins de joueurs mais des joueurs plus importants. Cela est inévitable, l'ère des pionniers de la radiodiffusion ayant cédé la place à une structure commerciale plus routinière. Cela est inévitable et c'est d'ailleurs essentiel à la survie

|Texte|

signals coming in from the United States, you are going to need that kind of financial power base to do it.

The trick will be to allow large groups—well, “large”—we are not large relative to our colleagues and competitors south of the border of course, with whom we are competing for audience, by any stretch of the imagination—to develop and to develop the funding to do a good job for Canadians, while at the same time ensuring that any one particular market is not overly dominated through ensuring that indeed there is a diversity of access of views of all Canadians to Canadians. The way it has evolved in the last two or three years has in fact proven that it can be done.

Ms McDonald: My last question area is free trade. I am not quite as happy as you are with what has happened. Culture was on the negotiating table, although it was not supposed to be. There are some specific provisions there, and of course we do not really know, as you stated yourself, what kind of retaliation there might be.

I would put it to you, and ask for your reaction: what I see as a real problem is that this could be divisive for the cultural community, that people who want to build Canadian culture here and are concerned about Canadian content, aid for periodical publishing or book publishing, the postal rates, Telefilm, all kinds of things here in Canada... that there could be retaliation in the United States. Who would suffer the retaliation? Well, cultural industries who have business interests in the United States. So there could be a division between those that operate purely domestically and those that have American interests which could be vulnerable to retaliation.

Mr. Osborne: As I said earlier, I do not really understand what retaliatory action would be taken by the United States that in effect would injure the Canadian products that Canadians now have access to. *Maclean's* has circulation outside Canada of roughly 20,000; even if we were barred at the border, that is not a make-or-break for *Maclean's*.

Ms McDonald: Okay, but what about Canadian ownership of American media?

Mr. Osborne: So the point I was making was that Canadians will not be hurt by those retaliatory measures in terms of the Canadian products that are available to them. I do not understand how they could be.

Could the business interests of some Canadian companies be injured by specific retaliatory measures? Yes, I guess that could happen. That could happen with or without a free trade agreement, of course.

|Traduction|

du secteur car avec une fragmentation des signaux en provenance des États-Unis, il faudra disposer d'une très large base financière pour réussir.

La clé ce sera de permettre aux grosses boîtes—même si nous ne sommes pas gros par rapport à nos collègues et à nos concurrents au sud de la frontière, avec lesquels nous faisons concurrence pour attirer un public plus important—de se développer et d'obtenir le financement nécessaire pour faire un bon travail pour les Canadiens, tout en veillant en même temps à ce que les marchés, quels qu'ils soient, ne subissent une domination trop forte, ce en s'assurant qu'il y a une diversité dans les points de vue présentés par des Canadiens à l'ensemble des Canadiens. L'évolution constatée au cours des deux ou trois dernières années a d'ailleurs démontré que cela est tout à fait faisable.

Mme McDonald: Ma dernière question porte sur le libre-échange. Je ne suis pas aussi contente de vous de ce qui s'est passé. Même si cela n'avait pas été prévu au départ, la culture a été déposée à la table des négociations. Un certain nombre de dispositions bien précises ont été incluses et, comme vous l'avez vous-même dit, nous ne savons pas bien quels genres de représailles il pourrait y avoir.

Je vais vous poser une question et j'aimerais connaître vos réactions. J'entrevois un grave problème: en effet, cela pourrait diviser la communauté culturelle, les gens qui veulent construire une culture canadienne ici et qui s'intéressent au contenu canadien, à l'aide à la publication de périodiques et de livres, aux tarifs postaux, à Téléfilm Canada, à toutes sortes de choses qui existent ici au Canada... Ce que je crains c'est qu'il y ait des représailles de la part des États-Unis. Qui en souffrirait? Eh bien, les industries culturelles qui ont des intérêts aux États-Unis. Il pourrait donc y avoir une division entre ceux dont le champ d'action se limite au Canada et ceux qui ont des intérêts américains qui pourraient subir des représailles.

M. Osborne: Comme je le disais tout à l'heure, je ne comprends vraiment pas quelles mesures de représailles les Américains pourraient prendre et qui seraient dommageables aux produits canadiens auxquels les Canadiens ont aujourd'hui accès. La revue *Maclean* a un tirage d'environ 20,000 exemplaires pour l'étranger. Même si notre revue était bloquée à la frontière, cela ne changerait pas grand-chose pour nous.

Mme McDonald: D'accord, mais qu'en est-il de la propriété canadienne de médias américains?

M. Osborne: Ce que je disais c'est que les Canadiens ne souffriront pas de ces mesures de représailles, en tout cas pas en ce qui concerne les produits canadiens dont ils disposent à l'heure actuelle. Je ne vois pas comment il pourrait en être autrement.

Certaines mesures de représailles pourraient être néfastes pour les intérêts de certaines sociétés canadiennes? Oui, j'imagine que ce serait possible. Mais la même chose pourrait se produire qu'il y ait oui ou non une entente de libre-échange.

[Text]

Ms McDonald: Of course. Could you give an example of the sorts of things that might happen?

Mr. Osborne: Yes. There are a number that are pointed to. The Canadian cable industry is a classic. If you go back to 1968, something like 70% of the Canadian cable industry was owned by foreign—i.e., essentially American—interests, although some British money was involved. The Canadian government, quite rightly, decided that was not desirable for Canada and decided to Canadianize the cable industry.

In the mid-1970s the Canadian cable industry was very instrumental in helping the U.S. cable industry get off the ground in its new evolution. As you know, cable in the U.S. went through a number of evolutions. Canadian cable operators now have roughly 3% of the entire U.S. market. It is a very small player in that regard. Our company is one of them. We are probably the smallest of the players in fact. Mr. Rogers' operation is much larger in the U.S. than we are.

Could we face a situation where the U.S. would argue that if U.S. cable cannot own Canadian cable then Canadian cable cannot own U.S. cable? That is a distinct possibility. I do not think it is in their interests; I do not think the U.S. perceives that to be in their interests. Canada does not dominate the U.S. cable industry. Those risks are there with or without a free trade agreement.

• 1015

Mr. Pennock: You mentioned that the CBC meets a cultural need that cannot be commercially satisfied. Do you mean that to apply to TV?

Mr. Osborne: Yes, but I do not think I said it quite like that. What I said was that there are business and cultural concerns here. We are clustered in the middle; it is a balance. The CBC, with large public funding and a mandate different from that of a private broadcaster, is likely to be a little left of the centre.

The commercial broadcaster, who has to live by his wits, who has no choice but to live off advertising revenues, who has no choice but to raise funds on Bay Street, and who has to pay dividends to shareholders, is going to be just a little to the right of centre. It is a question of balance. It is not a question of extremes.

What I am saying is that I perceive the CBC role to be primarily the role of doing those things that commercial

[Translation]

Mme McDonald: Bien sûr. Pourriez-vous nous donner des exemples du genre de choses qui pourraient se produire?

M. Osborne: Oui. J'en ai d'ailleurs déjà évoqué plusieurs. L'industrie canadienne du câble est un exemple classique. En 1968, près de 70 p. 100 de l'industrie canadienne du câble appartenait à des intérêts étrangers, surtout américains, même s'il y avait également un certain nombre d'investisseurs britanniques. Le gouvernement canadien avait alors, à très juste titre, décidé que cette situation n'était pas quelque chose de souhaitable pour le Canada et il a canadianisé l'industrie du câble.

Vers le milieu des années 70, l'industrie canadienne du câble a très largement aidé l'industrie américaine du câble à démarrer dans sa nouvelle orientation. Comme vous le savez, aux États-Unis, le câble a subi toutes sortes de transformations. Les compagnies de câble canadiennes possèdent aujourd'hui environ 3 p. 100 du marché américain total. Elles ne sont que de très petits joueurs à ce niveau. Notre société compte parmi elles. Nous sommes sans doute d'ailleurs le plus petit joueur. La boîte de M. Rogers, aux États-Unis, est beaucoup plus importante que la nôtre.

Pourrions-nous nous retrouver dans une situation où les Américains diraient que si les compagnies de câble américaines ne peuvent pas être propriétaires de compagnies de câble canadiennes alors l'inverse ne devrait pas être possible non plus? Ce serait tout à fait possible, mais je ne pense pas que ce soit dans leur intérêt, et les Américains, il me semble, ne pensent pas eux non plus que ce soit dans leur intérêt. Le Canada ne domine pas l'industrie américaine du câble. Tous ces risques existent, qu'il y ait ou non une entente de libre-échange.

M. Pennock: Vous avez dit que la Société Radio-Canada satisfait un besoin culturel qui ne pourrait être satisfait par des intérêts commerciaux. Songez-vous à la télévision?

M. Osborne: Oui, mais je ne pense pas m'être exprimé en ces termes. Ce que j'ai dit, c'est qu'il y a ici des intérêts culturels et des intérêts commerciaux. Nous sommes pris au milieu et il s'agit d'établir un équilibre. La Société Radio-Canada, qui dispose d'une importante base de financement public et qui a un mandat qui est très différent de celui des radiodiffuseurs privés, a de bonnes chances d'être un petit peu à gauche par rapport au centre.

Quant au radiodiffuseur commercial, qui doit compter sur la débrouillardise, qui n'a d'autre choix que de vivre de ses recettes en provenance de publicité, et d'aller chercher des fonds à Bay Street, et qui doit verser des dividendes à ses actionnaires, il va se trouver un petit peu à droite par rapport au centre. C'est une question d'équilibre et non pas d'extrêmes.

Ce que je dis c'est qu'en ce qui me concerne, le rôle de Radio-Canada devrait être de faire ces choses que les

[Texte]

broadcasting cannot afford to do, and will never be able to afford to do in the onslaught of U.S. signals into Canada. That is the point I made on radio, but I was referring primarily to television.

The Vice-Chairman: Mr. Osborne, since Mr. Blackburn will not be here for the presentation of Mr. Gage, he wanted to read a question into the record for your consideration.

M. Blackburn (Jonquière): Étant donné que je ne pas ici demain après-midi, lorsque le président de Maclean Hunter, M. Gage, viendra, j'ai cinq questions à déposer.

Tout d'abord, le canal de langue anglaise de TVOntario, est-il livré sur le service de base par le câblodistributeur de Thunder Bay? Deuxièmement, est-ce que le CRTC vous a exemptés de distribuer la chaîne française dans la région de Thunder Bay? Troisièmement, est-ce que les consommateurs sont intervenus auprès de Maclean Hunter pour obtenir ce service de la chaîne française? Quatrièmement, est-ce que vous avez l'intention de le faire? Enfin, si le câblodistributeur de Thunder Bay accepte de livrer la chaîne française de TVOntario, est-ce que le canal sera sur le service de base, c'est-à-dire sur les canaux 2 à 13, ou sur les canaux plus élevés qu'on ne peut capter qu'au moyen d'un convertisseur, ce qui implique certaines dépenses pour l'abonné?

Mr. Osborne: You will have your answer, Mr. Blackburn.

The Vice-Chairman: Mr. Osborne, thank you for being with us this morning.

Our next witnesses are John Foy and Tom Crowther.

Mr. John Foy, (President, Canadian Daily Newspaper Publishers Association): CDNPA is the voice of the Canadian daily newspaper industry. We have been in existence since 1919, and during these many years, we have actively represented the interests of our members before regulatory tribunals, parliamentary committees, and in numerous other ways. Today our members comprise most of Canada's English and French daily newspapers. In the aggregate our members constitute 89% of the Canadian daily newspaper circulation.

• 1020

I will ask Tom to complete his presentation and afterward I would be pleased to answer any questions relating to our association.

Mr. Tom Crowther (Chairman, Canadian Daily Newspaper Publishers Association): Mr. Chairman, members, we are here today in support of our written submission of May 1987, copies of which you have. In that submission we focused on one particular

[Traduction]

radiodiffuseurs commerciaux ne peuvent pas se permettre de faire et pour lesquelles ils n'auront jamais les moyens, vu le bombardement de signaux américains que l'on subit ici au Canada. C'est ce que j'ai dit relativement à la radio, mais je songeais surtout à la télévision.

Le vice-président: Monsieur Osborne, étant donné que M. Blackburn ne pourra pas être ici pour l'exposé de M. Gage, il aimerait vous lire tout de suite le texte d'une question, pour que celui-ci figure au procès-verbal.

Mr. Blackburn (Jonquière): Since I will not be here tomorrow afternoon when the President of Maclean Hunter, Mr. Gage, will be appearing, I would like to take this opportunity to ask five questions right away.

Is the English channel of TVOntario carried in the basic service by the cable operator in Thunder Bay? Secondly, has the CRTC exempted you from having to carry the French channel in the Thunder Bay area? Thirdly, have consumers called upon Maclean Hunter in the hopes of getting the French channel? Fourthly, do you have any intention of carrying this service? And finally, if the cable operator in Thunder Bay agrees to carry TVOntario's French channel, will it be included in the basic service—in other words, somewhere between channels 2 and 13—or will it be given a higher number, requiring viewers to have a converter in order to get it, which would be an extra cost for subscribers?

M. Osborne: Vous aurez vos réponses, monsieur Blackburn.

Le vice-président: Monsieur Osborne, merci d'être venu parmi nous ce matin.

Les témoins suivants sont MM. John Foy et Tom Crowther.

M. John Foy (président, Association des éditeurs de quotidiens): L'Association des éditeurs de quotidiens (AEQ) est la voix de l'industrie canadienne des quotidiens. Notre association a vu le jour en 1919 et depuis, nous défendons activement les intérêts de nos membres en comparaisant devant des comités de réglementation et des comités parlementaires et de bien d'autres façons également. A l'heure actuelle nous comptons parmi nos membres la plupart des quotidiens de langue anglaise et de langue française au pays. Nos membres comptent en tout pour 89 p. 100 du tirage total canadien de quotidiens.

Je demanderai à Tom de faire son exposé après quoi je me ferai un plaisir de répondre à toutes les questions que vous voudrez nous poser sur notre association.

M. Tom Crowther (président, Association des éditeurs de quotidiens): Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, nous sommes venus ici aujourd'hui pour appuyer notre exposé de mai 1987 dont des exemplaires vous ont été remis. Dans cet exposé, nous

[Text]

recommendation of the Caplan-Sauvageau report. That recommendation calls for an amendment to the Income Tax Act to allow Canadian advertisers to deduct as a business expense 150% of the cost of advertisements purchased on Canadian children's programs and on Canadian drama, variety, performing arts and documentary programs, provided that the programs qualify as Canadian programs under the CRTC's criteria.

We are told this will overcome a psychological block characterized by the systematic assumption that Canadian programs will not do as well as foreign ones. In this way, advertisers will be encouraged to trust Canadian programs as a means of reaching TV viewers with their messages.

We believe this recommendation should be rejected. In our view, the recommendation has been poorly justified, it is poorly targeted and it ignores the impact of other much less expensive mechanisms to achieve the same end, namely, of increasing certain categories of Canadian programming. Let me spend a moment or two elaborating on these reasons.

Our first reason for rejecting this recommendation is that it ignores the cross-impact on other media. It is obvious that forms of media compete with one another for the advertisers' dollar. Admittedly, certain media are more appropriate for certain applications, but there are many situations where the advertiser can choose between newspapers, magazines, television, radio, billboards and the like. If one medium becomes less costly as a result of a tax subsidy, inevitably it will become more attractive to advertisers with the result that other media will suffer.

Unfortunately, the Caplan-Sauvageau report neither quantifies nor even addresses this cross-media effect. We maintain this is a serious flaw in the justification for the enhanced write-off recommendation.

Our second reason for rejecting the recommendation is that it is poorly targeted. We fail to see that the recommendation will achieve the goal of more Canadian programming. It is just as likely that television stations and networks will increase their rates for existing Canadian programming in the applicable categories with no significant increase in the amount of such programming. It all depends on an analysis of current advertising rates and structures about which the Caplan-Sauvageau report is completely silent.

[Translation]

traitons surtout d'une recommandation concernant le rapport Sauvageau-Caplan. Cette recommandation vise la modification de la Loi de l'impôt sur le revenu de façon à permettre aux publicitaires canadiens de déduire, à titre de frais professionnels, 150 p. 100 du coût des annonces qu'ils achètent pour diffusion lors d'émissions canadiennes pour enfants et d'émissions canadiennes dramatiques, de variétés, ou encore d'émissions documentaires ou sur les arts de la scène, à condition que ces émissions soient bel et bien des émissions canadiennes dans le cadre du critère du CRTC.

On nous dit que cela permettra d'éliminer un blocage psychologique caractérisé par l'impression systématique que les émissions canadiennes ne seront pas aussi populaires que les émissions étrangères. De cette façon, les publicitaires seront encouragés à se fier aux émissions canadiennes comme moyen de communiquer leurs messages aux téléspectateurs.

Nous pensons que cette recommandation devrait être rejetée. À notre avis, cette recommandation a été mal justifiée, elle est mal orientée et elle ignore l'incidence que pourraient avoir d'autres mécanismes beaucoup moins coûteux qui permettraient d'atteindre le même but, par exemple la multiplication au sein de certaines catégories d'émissions canadiennes. Je m'explique.

La première raison pour laquelle nous rejetons cette recommandation, c'est qu'elle ignore l'incidence croisée que cela aurait sur les autres médias. Il est évident que les différentes formes de médias se font concurrence les unes les autres pour attirer les dollars des publicitaires. Il est vrai que certains médiums se prêtent mieux à certaines applications, mais il existe de nombreuses situations où le client peut choisir entre les journaux, les revues, la télévision, la radio, les affiches publicitaires et autres. Si un média devient moins coûteux à cause d'un avantage fiscal qui lui aurait été conféré, il sera forcément plus intéressant pour ceux qui ont des annonces à faire passer, et le résultat, c'est que les autres médias en souffriront.

Malheureusement, le rapport Sauvageau-Caplan n'aborde même pas cette question des effets sur les autres médias, sans parler de les quantifier. Nous maintenons que c'est là une très grave lacune dans la justification donnée pour cette recommandation visant l'augmentation de la déduction.

La deuxième raison pour laquelle nous rejetons cette recommandation c'est qu'elle est très mal orientée. Nous ne voyons pas comment cette recommandation, si elle était adoptée, déboucherait sur une multiplication des émissions canadiennes. Il est tout aussi probable que les réseaux et les stations de télévision augmenteraient leurs tarifs pour la programmation canadienne existante dans les catégories applicables sans que cela ne s'accompagne d'une augmentation sensible de la quantité de cette programmation. Pour faire des prévisions fondées, il faudrait s'appuyer sur une analyse des tarifs et des structures actuels en vigueur dans le domaine de la publicité, mais le rapport Sauvageau-Caplan n'en dit mot.

[Texte]

In the event that some increased programming does take place, there is no assurance it will occur during the desirable prime time viewing periods. Once again, what is needed is an analysis of costs of alternative programming and an indication of what sort of incentive an enhanced tax write-off would provide. None of this, however, appears in the Caplan-Sauvageau report.

Our third reason for rejecting the enhanced write-off recommendation is that the report makes a number of other recommendations targeted at increasing Canadian television programming which, in our view, should be tried first, rather than invest a large sum of taxpayers' money in a subsidy scheme. I am sure you are all familiar with those recommendations and I need not go over them now. They are also summarized in our written submission. In fact, it is on page 9.

• 1025

There is another matter I would urge this committee to bear in mind. Although it is overlooked, it is important to realize that newspapers are an important cultural industry. In fact, daily newspapers serve a double role. Not only do they reflect Canadian life and views in a comprehensive manner accessible to all Canadians, but they contribute to the well-being of other cultural industries. Where would the Canadian book publishing business be in the absence of book reviews in Canadian daily newspapers? How would the Canadian film industry fare if Canadian daily newspapers did not review its products? And what about Canadian television programs? They too are analysed, criticized, and reviewed in the daily press.

We have no difficulty with the first priority established by the Caplan-Sauvageau report, namely that the broadcasting system must serve Canadian culture more effectively than in the past. However, there is more to culture than broadcasting. Newspapers, magazines, books, records, and movies all have their place and role as cultural industries. Although encouraging Canadian TV broadcasting is a desirable goal, it should not be done at the expense of other, equally important, cultural industries, such as daily newspapers. Our fear, however, is that the enhanced write-off recommendation will harm Canadian daily newspapers at the same time as the television industry is given a tax-subsidized boost. This, we maintain, would be a mistake.

Thank you for the opportunity to appear before you today.

The Vice-Chairman: Thank you for your remarks, Mr. Crowther. Apropos of your remarks about where authors would be without book reviews, we may ask Ms McDonald later, as an author, to comment on just what

[Traduction]

Et même s'il y avait une certaine augmentation de la programmation, nous n'avons aucune garantie que ces émissions passeraient durant les plages de grande écoute. Là encore, ce qu'il faudrait c'est une analyse des coûts de la programmation de rechange et des données sur les avantages que procurerait une déduction d'impôt accrue. Or, rien de tout cela ne figure dans le rapport Sauvageau-Caplan.

La troisième raison pour laquelle nous rejetons cette recommandation c'est que les auteurs du rapport proposent un certain nombre d'autres recommandations, celles-ci visant à augmenter la programmation de télévision canadienne ce qui, à notre avis, devrait être notre premier objectif. C'est là-dessus qu'il faudrait miser d'abord au lieu d'investir l'argent des contribuables dans un régime de subventions. Je suis certain que vous connaissez tous ces recommandations et il n'est donc nul besoin que je les parcoure maintenant avec vous. Elles sont d'ailleurs également résumées dans notre exposé. Cela se trouve, je pense, à la page 9.

Il y a une autre question que j'aimerais porter à l'attention du Comité. Même si on l'oublie parfois, les quotidiens sont une importante industrie culturelle. D'ailleurs, les quotidiens jouent un rôle double. Non seulement ils reflètent la vie et le point de vue canadiens d'une façon exhaustive et accessible à tous les Canadiens, mais ils contribuent également au bien-être d'autres industries culturelles. Où en serait l'industrie canadienne du livre si des critiques de livres ne paraissaient pas dans les quotidiens canadiens? Comment se porterait l'industrie cinématographique canadienne si des critiques de films ne paraissaient pas dans les journaux? Et qu'en serait-il pour les émissions de télévision canadiennes? Celles-ci sont également analysées et décortiquées dans la presse écrite.

La première priorité énoncée dans le rapport Caplan-Sauvageau, notamment que le système de radiodiffusion serve la culture canadienne plus efficacement que par le passé, ne pose aucun problème quant à nous. Cependant, la culture ne se résume pas à la radiodiffusion. Les journaux, les quotidiens, les livres, les disques et les films ont tous leur place et leur rôle en tant qu'industries culturelles. Même si le fait d'encourager la télévision canadienne est un objectif souhaitable, il ne doit pas être réalisé aux dépens des autres industries culturelles qui sont tout aussi importantes, comme par exemple les quotidiens. Or, ce que nous craignons, c'est qu'une augmentation de la déduction nuise aux quotidiens canadiens tout en favorisant l'industrie de la télévision. Ce serait là une erreur selon nous.

Je vous remercie de nous avoir donné l'occasion de comparaître devant vous aujourd'hui.

Le vice-président: Je vous remercie pour vos remarques, monsieur Crowther. Vous avez parlé de la situation dans laquelle se trouveraient les auteurs s'il n'y avait pas de critique de livres. M^{me} McDonald est elle-

[Text]

some authors think of book reviews. I say that tongue in cheek.

Mr. Caldwell: We might also ask some committee members what they think of some recent books, Mr. Chairman.

Mr. Crowther, Mr. Foy, it is a little different talking to someone from the other media. We have heard from television and radio outlets from right across this country, and I think it is important that you make your presentation. I am also pleased to hear you say there is more to culture in this country than broadcasting, because I think we sometimes hang the broadcasting thing as the great saviour of Canadian culture. Then if you want to narrow it down even further, people will say the CBC is holding our country together as a network providing our culture. I think you are right, newspapers certainly are an integral part of our Canadian culture, and we should remember that when we start talking about our Canadian culture.

I would like to explore a bit further your objection to the 150% deduction for ads purchased on Canadian programming. Do you have any idea of the impact this might have on your particular industry; the loss of revenue?

Mr. Crowther: We have no specific information on it, but let me say this. There is no specific information given in the Caplan-Sauvageau report that this will be of benefit to the ultimate aim of increasing Canadian content, Canadian culture. But in the marketplace everybody is competing for the same dollar. When you give a special write-off to one group, that is bound to have an impact on the other groups.

Mr. Caldwell: But we already are, in some areas, subsidizing the media, through Telefilm, the Film Development Fund. All these kinds of things the government is involved in in one way or another are more or less assisting or subsidizing television, for example. Is this not just another way of doing it; another form of subsidy?

Mr. Crowther: But if you are going to extend a subsidy, it is my understanding that given the fiscal situation in Ottawa, it may be the time for governments to take a second look at handing out subsidies, handing out write-offs, handing out different benefits to firms. We believe the advertising business in Canada is very, very sensitive, and this could have a major impact on other media.

[Translation]

même écrivain, et nous pourrions peut-être lui demander tout à l'heure de nous dire ce que certains auteurs pensent des critiques de livres. Mais je dis cela en plaisantant.

M. Caldwell: Monsieur le président, nous pourrions peut-être également demander à certains membres du Comité de nous dire ce qu'ils ont pensé de certains livres parus récemment.

Messieurs Crowther et Foy, cela nous change un peu de parler avec des gens qui représentent un autre médium. Nous avons déjà entendu des porte-parole des secteurs de la télévision et de la radio de partout au pays, et il était je pense important que vous fassiez connaître votre point de vue. J'ai été heureux de vous entendre dire que dans notre pays la culture ne se résume pas à la radiodiffusion, car il arrive que les gens affichent la radiodiffusion comme étant la panacée, le grand sauveur de la culture canadienne. Il suffirait alors de pousser un peu plus loin les choses pour que les gens disent que c'est la Société Radio-Canada qui est la force unificatrice de notre pays étant donné que c'est le réseau qui exprime notre culture. Je pense que vous avez raison lorsque vous dites que les quotidiens font partie intégrante de la culture canadienne, et il nous faudra en tenir compte lorsque nous discuterons de la culture canadienne.

Vous vous opposez à la déduction de 150 p. 100 pour les annonces devant passer dans le cadre des émissions canadiennes, et j'aimerais en savoir un peu plus long. Avez-vous une idée de l'incidence que cela pourrait avoir sur votre industrie, de l'argent que vous pourriez perdre?

M. Crowther: Nous n'avons pas de données précises là-dessus, mais permettez-moi de dire ceci. Il n'y a rien dans le rapport Caplan-Sauvageau qui nous laisse entrevoir que cela amènerait une augmentation du contenu canadien et un élargissement de la culture canadienne, ce qui est le but premier. Dans le marché, tous se font concurrence pour aller chercher le même dollar. Lorsque vous accordez une déduction spéciale à un groupe en particulier, cela aura forcément une incidence sur les autres groupes.

M. Caldwell: Mais dans certains secteurs, nous subventionnons déjà les médias, grâce à Téléfilm Canada et au Fonds de développement de la production cinématographique. Toutes ces choses auxquelles le gouvernement participe d'une façon ou d'une autre viennent appuyer ou subventionner certaines activités, comme par exemple la production pour la télévision. Ne s'agit-il pas tout simplement d'une autre façon de faire, d'une autre forme de subvention?

M. Crowther: Mais vu la situation financière qui prévaut à Ottawa, le moment serait peut-être venu pour les gouvernements de réfléchir de nouveau à l'idée de distribuer des subventions, des déductions d'impôt et toutes sortes d'autres avantages à certaines sociétés. Nous pensons que le secteur publicitaire au Canada est extrêmement sensible et que cela pourrait avoir une très forte incidence sur d'autres médias.

[Texte]

[Traduction]

• 1030

Mr. Caldwell: When we were in Montreal the President of the CBC, Mr. Juneau, indicated that they are going to become very aggressive over the next two or three years in drumming up advertising revenue. How do you feel as a competing medium about this kind of expression by the president, that he is going to be going after some of your customers? And we are all quite aware of the fact that the greatest proportion of their funds comes from the public treasury.

Mr. Crowther: If we are playing on an even playing field, we have no problem with meeting competition head on. If Mr. Juneau wants to go after more business, that is—

Mr. Caldwell: Well, Mr. Crowther, I guess what I am saying is: Is it a level playing field when you get \$800 million from the federal government?

Mr. Crowther: When the CBC gets \$800 million? I thought it was \$900 million.

Mr. Caldwell: Well, whatever. . . \$900 million, but it is in that range.

Mr. Crowther: No, but you know that is a fact that we have been living with for a long time.

Mr. Caldwell: But they have never indicated that they are going to get this aggressive before in advertising sales.

Mr. Crowther: I suspect that the CBC have always been fairly aggressive. But I think the impact of the CBC being aggressive is going to be there. I think the CBC has to become more aggressive. I think the CBC has to rely on the marketplace to support itself, more and more. And, as long as we are competing on a level playing field, without any additional funding going to the CBC, we will play.

Mr. Caldwell: There are those who would indicate we are on the verge of a technological media revolution, with cable television getting into areas which used to be the domain of the daily newspapers, such as the advertising of homes, cars, garage-sale types of things. Do you have any comment on that as to the rules and regulations that possibly should be put into place?

Mr. Crowther: Fundamentally, if you are going to expand, and we are talking about the cable television business. . . we have never opposed advertising on cable television. But what we do say is that we should have access to it as well. In other words, we should have access to cable, too.

Mr. Caldwell: Okay. So you are getting into the whole area of—

M. Caldwell: Lorsque nous étions à Montréal, le président de la Société Radio-Canada, M. Juneau, nous a dit que la société allait être très dynamique au cours des deux ou trois prochaines années et qu'elle allait déployer de gros efforts pour multiplier ses recettes en provenance d'annonces publicitaires. Comment réagissez-vous à cette déclaration, qui revient à dire que l'un de vos concurrents va partir à la recherche de certains de vos clients? Et nous savons tous très bien que le gros du budget de la société provient du trésor public.

M. Crowther: Si les règles du jeu sont les mêmes pour tout le monde, cela ne nous pose aucun problème de devoir tenir bon devant la concurrence. Si M. Juneau veut partir à la recherche de nouveaux contrats, c'est. . .

M. Caldwell: Monsieur Crowther, permettez-moi de reformuler ma question: Les règles du jeu sont-elles les mêmes si vous obtenez 800 millions de dollars du gouvernement fédéral?

M. Crowther: Lorsque la Société Radio-Canada obtient 800 millions de dollars? Je pensais que c'était 900 millions.

M. Caldwell: Peu importe. . . 900 millions de dollars. . . c'est dans ces eaux-là.

M. Crowther: Non, mais c'est là une réalité avec laquelle nous devons composer depuis fort longtemps déjà.

M. Caldwell: Mais c'est la première fois que la société annonce qu'elle va être dynamique et qu'elle va pousser les ventes d'annonces publicitaires.

M. Crowther: J'imagine que la société a toujours été assez dynamique. Quoi qu'il en soit, les effets de ce dynamisme vont se faire sentir dans le secteur. Je pense quant à moi que la Société Radio-Canada se doit d'être plus dynamique. Elle devra de plus en plus compter sur le marché pour s'auto-financer. Et, tant que les règles du jeu sont les mêmes pour tout le monde, et dans la mesure où des fonds supplémentaires ne sont pas versés à la Société Radio-Canada, nous jouerons.

M. Caldwell: Certains disent que nous sommes à la veille d'une révolution dans les médias technologiques, la télévision par câble se lançant dans des domaines qui jusqu'ici avaient le territoire privilégié des quotidiens. Je songe par exemple aux annonces pour la vente de maisons, de voitures, etc. . . Ainsi qu'aux annonces pour les ventes débarras. Auriez-vous quelque chose à dire quant aux règles qui devraient être mises en place?

M. Crowther: Essentiellement, s'il va y avoir un élargissement, et l'on parle ici de l'industrie de la télévision par câble. . . Nous ne nous sommes jamais opposés à la publicité à la télévision par câble. Ce que nous disons, cependant, c'est que nous aussi nous devrions pouvoir y avoir accès. Autrement dit, nous aussi nous devrions avoir accès au câble.

M. Caldwell: Très bien. Cela nous amène dans toute la question de. . .

[Text]

Ms McDonald: Could we have a clarification of those remarks? I am slightly—

Mr. Crowther: Well, I took the question to mean that we are talking about cable television and the enhancement of more advertising being placed on cable stations. Is that correct?

Ms McDonald: And you are not objecting?

Mr. Crowther: We have never objected.

Mr. Caldwell: Then of course we are getting to the cross-ownership situation, and one medium or one company controlling several of the media outlets. Do you have any comment on that?

Mr. Foy: I think there are two separate issues, do you not?

Mr. Crowther: I think we should be able to. . . When I talk about access, it may be desirable to be able to buy a cable network, if you will, as a newspaper—

Mr. Caldwell: So you are suggesting that *The Toronto Sun* should be allowed to hold a cable licence.

Mr. Crowther: I am saying that *The Toronto Sun* may hold a cable licence. But I am also saying that if you are going to have cable, then we should be able to buy time on that cable network.

Ms McDonald: I would like to get back to the question of how we get more Canadian content in broadcasting, if there is not going to be this advertising incentive, fiscal incentive. How would it be accomplished? Do you have any other ideas as to what other means there might be? I am sure you are aware of the problems, that there is very little Canadian content, certainly in prime time, or indeed in any television broadcasting.

Mr. Crowther: Miss McDonald, with all respect, I would suggest that on page 9 we have some suggestions that could add to enhancing Canadian programming on television, rather than this 150% write-off. For example, the Government of Canada with its advertising, the Broadcast Fund, and the CRTC could adopt a 45% Canadian content. The CRTC could use conditions of licence to require stations. In other words, there are a number of outlets.

• 1035

I think it also needs to be said that fundamentally television stations in Canada are relatively profitable. We are not trying to tell them how to run their business, but we believe the 150% write-off would have a severe impact on Canadian newspapers. I firmly believe that when you talked about culture as such, Canadian newspapers,

[Translation]

Mme McDonald: Pourrait-on nous fournir quelques précisions? Je suis quelque peu. . .

M. Crowther: D'après ce que j'ai compris de la question, nous parlons de la télévision par câble et du fait que les possibilités de publicité offertes par les stations de câble vont grandissantes. C'est bien ça, n'est-ce pas?

Mme McDonald: Et vous ne vous y opposez pas?

M. Crowther: Nous ne nous y sommes jamais opposés.

M. Caldwell: Cela nous amène à toute la question de la propriété multi-média où un média ou une compagnie contrôle plusieurs services de média. Auriez-vous quelque chose à dire là-dessus?

M. Foy: Ne s'agit-il pas là de deux questions bien distinctes?

M. Crowther: Je pense que nous devrions pouvoir. . . lorsque je parle d'accès, il serait peut-être souhaitable de pouvoir acheter un réseau de télévision par câble, si vous le voulez, pour un quotidien. . .

M. Caldwell: Ce que vous dites, donc, c'est qu'il devrait être possible pour *The Toronto Sun* de détenir une licence pour le câble.

M. Crowther: Ce que je dis c'est que *The Toronto Sun* peut détenir une licence pour le câble. Mais ce que je dis par ailleurs, c'est que si vous allez avoir le câble, alors nous, nous devrions pouvoir acheter du temps sur ce réseau.

Mme McDonald: J'aimerais revenir à la question de savoir quoi faire pour rehausser le contenu canadien dans la radiodiffusion, si cet encouragement fiscal n'est pas offert. Quelles mesures pourrait-on prendre? Avez-vous des idées sur d'autres mesures qui pourraient être envisagées? Vous êtes sans doute sensibles au problème: Il n'y a que très peu de contenu canadien dans les émissions qui passent aux heures de grande écoute, mais on pourrait dire la même chose de toutes les émissions de télévision, quelles qu'elles soient.

M. Crowther: Madame McDonald, sauf le respect que je vous dois, à la page 9 de notre mémoire, nous proposons un certain nombre de mesures, plutôt que cette déduction de 150 p. 100, qui permettraient de rehausser la programmation canadienne à la télévision. Par exemple, le gouvernement du Canada, avec sa publicité, le Fonds de développement de la production canadienne et le CRTC pourraient adopter une formule de contenu canadien à 45 p. 100. Le CRTC pourrait utiliser les conditions d'octroi des licences pour exiger cela des stations. En d'autres termes, il y a plusieurs possibilités.

Je pense qu'il convient par ailleurs de dire que dans l'ensemble, les stations de télévision canadiennes sont assez rentables. Nous n'essayons pas de leur dire comment s'occuper de leurs affaires, mais nous croyons qu'une déduction de 150 p. 100 aurait une grave incidence sur les quotidiens du pays. Je crois fermement qu'en ce qui

[Texte]

although it is not recognized, do a tremendous job in the cultural field, because we represent the community where it is. We serve the community.

Ms McDonald: Well, Canadian authors would point out that you spend most of your reviewing space on American books and very little on Canadian books. There is an ongoing battle there.

Mr. Crowther: You are talking to a publisher who publishes a magazine, *The Atlantic Advocate*, which devotes one page every issue to books published in Atlantic Canada.

Ms McDonald: That is a nice example, but I am talking overall.

Mr. Crowther: Generally, yes—maybe.

Ms McDonald: Well, yes. However, your proposals, with the exception of a modest increase to the Broadcast Fund, are basically stick proposals, not carrot proposals. Your position is there is enough money there and the CRTC should force them to spend it on Canadian programming. You are nodding?

Mr. Crowther: I would not say it was stick, but it certainly is there.

Ms McDonald: What effect have Bill C-58 and simultaneous substitution had on newspapers?

Mr. Crowther: Are you talking about the limitation of advertisers from Canada advertising in American publications?

Ms McDonald: Yes.

Mr. Crowther: Actually, that has very little effect, because if you take the Buffalo paper as an example, the Buffalo paper could not handle advertising for the Toronto market. It does not circulate here. In other words, there is really not that cross-fertilization, if you will, in newspapers, and newspapers have never had a problem with respect to advertisers using the newspapers in the United States.

Ms McDonald: So it is an irrelevant consideration for you.

Mr. Crowther: That is right.

Ms McDonald: Broadcasters have complained to the committee on previous occasions about government advertising policies, that the government purchases space in newspapers, but then asks them to run public service announcements for free. What amount of revenues do you get from government advertising in newspapers?

[Traduction]

concerne la culture en tant que telle, même si on ne le reconnaît pas, les quotidiens font un merveilleux travail car ils représentent la communauté dans laquelle ils sont implantés. Nous servons la communauté.

Mme McDonald: Je peux vous dire que les auteurs canadiens trouvent que vous consacrez la plupart de vos critiques de livres à des ouvrages américains, ne parlant que très peu des livres canadiens. C'est une lutte acharnée à ce niveau-là.

M. Crowther: Vous parlez à un éditeur qui publie une revue, *The Atlantic Advocate*, qui consacre une page dans chaque numéro à des livres publiés dans les provinces Maritimes.

Mme McDonald: C'est un bel exemple, mais je parle du tableau d'ensemble.

M. Crowther: De façon générale, vous avez peut-être raison.

Mme McDonald: J'ai raison. Cependant, vos propositions, à l'exception de l'augmentation modeste pour le Fonds de développement de la production canadienne, sont des propositions qui marchent à coup de bâton et non pas à coup de carotte. Votre position, c'est qu'il y a assez d'argent là et que le CRTC devrait obliger les intéressés à le consacrer à la production d'émissions canadiennes. Vous faites un signe de la tête.

M. Crowther: Je ne dirais pas que c'est une histoire de coup de bâton, mais il y a certainement quelque chose.

Mme McDonald: Quelle incidence auront sur les quotidiens le projet de loi C-58 et la substitution simultanée?

M. Crowther: Vous parlez des limites quant aux publicités canadiennes qui peuvent passer dans les publications américaines?

Mme McDonald: Oui.

M. Crowther: Dans les faits, cela n'a que très peu d'effet, car si vous prenez le journal de Buffalo à titre d'exemple, celui-ci ne serait pas intéressant pour le marché torontois car il n'y est pas vendu. Autrement dit, il n'y a vraiment pas de croisement, si vous voulez, entre les quotidiens, et il n'y a jamais eu de problème en ce qui concerne les publicitaires qui utilisent les journaux américains.

Mme McDonald: Cela n'est donc pas pertinent pour vous, n'est-ce pas?

M. Crowther: C'est exact.

Mme McDonald: Les radiodiffuseurs se sont plaints maintes fois au Comité au sujet des politiques du gouvernement en matière de publicité. En effet, le gouvernement achète des espaces dans les journaux puis il leur demande de faire passer gratuitement des communiqués d'intérêt public. Combien de revenus vous procurent les publicités que le gouvernement commande auprès de vous?

[Text]

Mr. Crowther: Newspapers get a fair amount of money from government advertising. I would also point out—

Ms McDonald: Can you be more specific as to the numbers?

Mr. Foy: They are the largest national advertisers in daily newspapers.

Mr. Crowther: We could supply you with a specific figure.

Mr. Foy: It could be around \$80 million, but I am not sure.

Ms McDonald: But the point is we are receiving testimony, and people say this is unfair, that they have to run things as public service announcements, whereas you get the paid advertisement.

Mr. Foy: Daily newspapers are a good medium to put a message across to the Canadian public. The ads are in depth instead of image advertising. If there is a message the government wishes to convey to the general public across the country, they use newspapers as a mass medium.

Mr. Crowther: But I do want to make the point as well that in the news columns of the daily newspapers in Canada, much of the space is devoted to government and its business.

Ms McDonald: My final question, Mr. Chairman, is in the area of cross-ownership. What is your position on cross-ownership?

• 1040

Mr. Crowther: The fact of the matter is that in cross-ownership we are getting larger and larger units. We are competing with large and larger units. Therefore I do not see that being big is necessarily bad.

Ms McDonald: So you do not think there should be any limits in concentration or cross-ownership.

Mr. Crowther: I do not.

The Chairman: Thank you, Ms McDonald. Just a couple of questions of my own, gentlemen, if I may.

Government of Canada advertising you referred to I think in the context of being a means by which the Government of Canada might support the broadcasting industry, if I understood you correctly. Yet a few minutes later you said that the Government of Canada uses newspapers because they deliver results. Should the Government of Canada, like every other advertiser, not use the most efficient advertising media available to achieve its purposes?

Mr. Crowther: We believe it should. We believe that is the reason why the Government of Canada is spending so much in newspapers. We have no quarrel with that, but what we are saying is that in the general context there are

[Translation]

M. Crowther: Les quotidiens touchent pas mal d'argent pour les annonces commandées par le gouvernement. Je soulignerai par ailleurs. . .

Mme McDonald: Pourriez-vous être plus précis?

M. Foy: Les pouvoirs publics sont les plus importants clients pour ce qui est des annonces dans les quotidiens.

M. Crowther: Nous pourrions vous fournir un chiffre précis.

M. Foy: Cela compte pour environ 80 millions de dollars, mais il faudrait que je vérifie.

Mme McDonald: Le problème, c'est que les gens viennent nous dire que cela est injuste, qu'ils doivent publier des communiqués d'intérêt public alors que vous, vous vous faites payer pour les annonces.

M. Foy: Les quotidiens sont un bon instrument de communication avec le public canadien. Les annonces peuvent être plus fouillées au lieu de n'être que des projections d'images. S'il y a un message que le gouvernement veut transmettre à l'ensemble des Canadiens, il fait appel aux quotidiens comme moyens de communication de masse.

M. Crowther: J'aimerais également dire qu'une part importante des articles publiés dans les quotidiens de partout au pays est consacrée au gouvernement et à ses affaires.

Mme McDonald: Monsieur le président, ma dernière question porte sur la propriété réciproque. Quelle est votre position là-dessus?

M. Crowther: La propriété croisée fait que les unités de production deviennent de plus en plus importantes, ce qui n'est pas nécessairement un mal.

Mme McDonald: Donc, à votre avis, les concentrations et la propriété croisée ne devraient pas être limitées.

M. Crowther: Non.

Le président: Merci, madame McDonald. Je voudrais, moi aussi, si vous me le permettez, poser quelques questions.

La publicité télévisée du gouvernement fédéral est à votre avis un moyen de soutenir la télévision nationale, si j'ai bien compris votre propos. Or, vous avez dit ensuite que le gouvernement fédéral fait de la publicité dans la presse écrite, car c'est là que la publicité est la plus performante. À votre avis, le gouvernement ne devrait-il pas faire appel au moyen de publicité le plus performant pour réaliser ses objectifs?

M. Crowther: Certainement. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle le gouvernement fait tellement de publicité dans la presse écrite. C'est tout à fait normal, et cela ne veut pas dire pour autant qu'il faille taxer la télévision, ce

[Texte]

other avenues rather than imposing a tax or a benefit for television which is going to impact severely on other media, not only newspapers.

The Chairman: With respect, I think you are on both sides of the fence, gentlemen, because if you were looking at government advertising in television and radio as some kind of an instrument of cultural policy, then you are certainly not thereby subscribing to the idea of lineage efficiency or cost per thousand or cost per unit.

Mr. Crowther: It depends on the message. For example, there are many commercials on television sponsored by the Government of Canada. It depends on the type of message.

The Chairman: From your perspective, television is image, print is information.

Mr. Crowther: Correct.

The Chairman: We could debate that for the rest of the day.

Mr. Crowther: I think so.

The Chairman: I am going to leave it. Finally, you have expressed concerns about access to cable, access to cable for the delivery of what the CRTC refers to as non-programming services. In our recommendations for a new broadcasting act last May we recommended that "equitable non-discriminatory access be provided to third parties wishing to offer non-programming services". In our recommendations for a new Broadcasting Act, last May, we recommended that equitable, non-discriminating access be provided to third parties wishing to offer non-programming services.

• 1045

In your opinion, does the CRTC now have adequate policies in place to ensure equitable access to third parties such as yourselves and, if not, what approach would you recommend?

Mr. Crowther: To give you a fuller answer to that, I would like to review the brief we presented—

The Chairman: We would be happy if you would give us a response in writing to that—

Mr. Crowther: We would be glad to give you a response in writing.

The Chairman: There may be other questions which the committee would want to pass to you in writing. We thank you very much for your appearance here today.

We move on to the next witnesses on our list for the morning, the group from CHUM Limited, led by Vice-President, Fred Sherratt.

Mr. Sherratt, I was at 1331 Yonge Street, where I was very well received. I must congratulate you on the talent

[Traduction]

qui aura nécessairement des répercussions sur les autres médias.

Le président: Vous semblez vous contredire, car si, à votre avis, les messages publicitaires télévisés et radiophoniques du gouvernement servent à promouvoir la politique culturelle du pays, cela signifie que d'autres facteurs que la rentabilité doivent entrer en ligne de compte.

M. Crowther: Tout dépend du message. Ainsi, le gouvernement fait passer de nombreux messages publicitaires à la télévision.

Le président: Vous trouvez donc que la télévision transmet des images, tandis que la presse écrite transmet des informations.

M. Crowther: C'est exact.

Le président: Il y aurait beaucoup à dire à ce sujet.

M. Crowther: En effet.

Le président: Vous avez également exprimé certaines réserves quant à l'accès au câble pour ce que le CRTC qualifie de service ne se rapportant pas à la programmation. Dans nos recommandations du mois dernier relatives à une nouvelle loi sur la radiodiffusion, nous disions notamment ce qui suit: «un accès équitable et non discriminatoire doit être assuré aux tierces parties désirant offrir des services ne se rapportant pas à la programmation». Donc dans nos recommandations du mois de mai dernier relativement à une nouvelle Loi sur la radiodiffusion, nous avons recommandé qu'un accès équitable et non discriminatoire soit assuré aux parties tierces souhaitant offrir des services autres que la programmation.

À votre avis le CRTC assure-t-il actuellement cet accès équitable à des entreprises telles que la vôtre, et si ce n'est pas le cas, que faudrait-il faire selon vous?

M. Crowther: Pour vous répondre, je devrais passer en revue l'exposé que nous avons présenté. . .

Le président: Vous pourriez peut-être nous répondre par écrit.

M. Crowther: D'accord, c'est ce que nous allons faire.

Le président: Nous allons peut-être d'ailleurs vous remettre d'autres questions par écrit. Nous vous remercions de votre comparution.

Nous passons maintenant aux témoins suivants, la CHUM Limitée représentée par M. Fred Sherratt, son vice-président.

Monsieur Sherratt, j'ai été très bien reçu au 1331 de la rue Yonge. Je tiens à saluer tout particulièrement le talent

[Text]

of your interviewer, Nanci Krant. The interview will be heard at 1:05 this afternoon at 104.1 on the FM dial.

Mr. Fred Sherratt (Vice-President, CHUM Limited): Mr. Chairman, Mr. Roman, General Manager of CHUM-FM, is here today and he will make sure it is heard again.

The Chairman: We will make a note of that. It is an unbiased, non-partisan tour of the horizon.

Mr. Caldwell: Mr. Chairman, may I also say that the CHUM representatives were at our press conference yesterday. They had an extensive interview with me which probably ended up to be 15 seconds on the air.

The Chairman: We will see. It depends on whether it is AM or FM I think.

Mr. Caldwell: Both.

The Chairman: Mr. Sherratt, you are most welcome. We invite you to introduce your colleagues and give us your introductory remarks, and then we will have the questions.

Mr. Sherratt: Mr. Chairman, members of the committee, thank you very much.

With me today are Duff Roman, who as I mentioned earlier is General Manager of CHUM-FM and Vice-President of Industry Affairs for CHUM Limited, and Dennis FitzGerald, Vice-President and General Manager of CITY-TV and MuchMusic.

CHUM Limited is a Canadian public company whose entire interests are in Canadian broadcasting and related fields. Ninety-five percent of our revenues are from licensed, Canadian broadcast undertakings. Our interests involve every facet of Canadian broadcasting.

In radio, we operate 25 AM and FM stations from coast to coast, ranging in market size from CHUM-AM and CHUM-FM in Toronto to CKSQ, Stettler, Alberta, and CFIQ, Harbour Grace, Newfoundland.

In television, we are part of the CTV Television Network, through the Atlantic Television system, which encompasses the CTV affiliates in the Maritimes. CKVR-TV Barrie is the CBC affiliate for central Ontario and CITY-TV Toronto is one of Canada's foremost independent television stations.

We are pioneers in the utilization of satellite technology. The Atlantic satellite network, which provides third Canadian television service to the Atlantic provinces and eastern Arctic, remains to this day the only conventional television service operating within the television regulations for conventional television stations to be distributed exclusively by satellite.

With the advent of specialty services, CHUM Limited established MuchMusic, Canada's national music television service and Musique Plus, the music video service in French Canada.

[Translation]

de Nancy Krant, qui a effectué l'interview. Celle-ci sera publiée cet après-midi à 13h05 sur la longueur d'onde 104.1, du réseau MF.

M. Fred Sherratt (vice-président, CHUM Limitée): Monsieur le président, le directeur général de CHUM-MF, M. Roman, qui est avec nous dans la salle verra en effet à ce que cette entrevue soit diffusée.

Le président: Il s'agit d'un tour d'horizon tout à fait impartial.

M. Caldwell: Des représentants de la CHUM ont assisté à notre conférence de presse hier. Ils m'ont longuement interviewé, et 15 secondes de cette entrevue pourront être entendues à la radio.

Le président: L'entrevue est passée sur la MF ou la MA?

M. Caldwell: Sur les deux.

Le président: Monsieur Sherratt, je vous demanderai de nous présenter vos collègues, de nous faire votre exposé, après quoi nous allons vous poser des questions.

M. Sherratt: Merci beaucoup, monsieur le président.

Je vous présente donc M. Duff Roman, directeur général de la CHUM-MF et vice-président des affaires industrielles pour CHUM Limitée, ainsi que M. Dennis FitzGerald, vice-président et directeur général de CITY-TV et MuchMusic.

CHUM Limitée est une société canadienne qui s'occupe exclusivement de la radiodiffusion dans le pays ainsi que des domaines connexes. Quatre-vingt-quinze pour cent de nos recettes proviennent d'émissions canadiennes. Nous nous intéressons donc à tous les aspects de la radiodiffusion.

Nous avons 25 stations MA et MF à travers le pays tout entier, comprenant entre autres les stations CHUM-MA et CHUM-MF à Toronto, la station CKSQ à Stettler en Alberta et CFIQ à Harbour Grace, Terre-Neuve.

Nous faisons également partie du réseau de télévision CTV par le truchement du réseau de télévision de l'Atlantique, qui comporte les sociétés affiliées à la CTV dans les provinces Maritimes. La station CKVR-TV de Barrie est une station affiliée à la CBC pour le centre de l'Ontario, et la station CITY-TV de Toronto est une des principales stations de télévision indépendante du Canada.

Nous sommes des pionniers de l'utilisation des satellites. Le réseau de satellites de l'Atlantique, qui assure un troisième service de télévision aux provinces de l'Atlantique et à l'est de l'Arctique, est jusqu'à ce jour le seul réseau de télévision classique fonctionnant en application des règlements de télévision pour ce genre de postes distribués exclusivement par satellite.

Depuis l'introduction de services spécialisés, la CHUM Limitée a créé MuchMusic, un poste de télévision diffusant de la musique, et Musique Plus, le réseau de musique vidéo pour le Canada français.

[Texte]

We appear before you today as a company with broadcasting interests which represent all facets of Canadian broadcasting in virtually all parts of the country, an involvement that goes back in Canadian broadcasting to the early 1950s.

In preparing for this appearance, I reviewed the Caplan-Sauvageau report and the comments CHUM filed with the committee previously. What I said on September 29, 1986, at the *Financial Post* conference in Toronto was as valid 13 months later as it was when the report was still fresh off the press. Consequently, as a short opening statement, I would like to paraphrase from my comments made at that time.

• 1050

The most important value of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy was and is that it recognized that the content is more important than the means of delivery, and that the Canadian airwaves and our means of wire delivery must first and always serve Canadian needs and interests, providing for our own imagination, innovation and endeavour.

It is hard not to respect the spirit and intent of that report. It embraces the principles embodied in the existing Broadcasting Act, which was written in 1968. But no study, no matter how diligent the commitment of its participants, can in just 18 months collect, examine, and thoughtfully and thoroughly consider each and every detail of the Canadian broadcasting system, particularly when it was harried by unrealistic deadlines.

The task force report's main failing was that it failed to recognize the fact that we should celebrate our Canadian broadcasting system. The report succumbed to the perception of the inadequacies of the system that so often are put forth by vested interest groups with their own personal agendas, not by the Canadian listening and viewing public.

Broadcasting in Canada, public or private, does not operate in a perfect environment. We do not have an exclusive dominion over our airwaves, and the policies and regulations devised to deal with our own situation cannot govern the majority of broadcasting signals and services now available to Canadians. We cannot shield our system for our own use by erecting some magical electronic umbrella. Nor can we free our land mass and set it somewhere in the mid-Pacific where it might be protected from the intrusion of foreign broadcast signals and services.

We just have to learn to accept and live with our broadcasting reality as well as our resource and economic limitations. In the age of satellites, with foreign signals able to reach our farthest corners, Canadians are exposed to the program production capacities of the most richly endowed television industry in the world. That fosters tensions of comparisons and expectations that, frankly, can never be resolved.

[Traduction]

Donc notre entreprise s'intéresse à tous les aspects de la radiodiffusion et de la télévision dans toutes les régions du Canada, et ce, depuis le début des années 50.

Avant de comparaître devant vous, j'ai revu le rapport Caplan-Sauvageau ainsi que les remarques que nous vous avons fait parvenir par le passé. Ce que j'ai dit le 29 septembre 1986 à l'occasion d'une conférence organisée par le *Financial Post* à Toronto est toujours aussi valable 13 mois plus tard comme ce l'était au moment où le rapport venait tout juste de sortir de presse. Je voudrais donc, si vous le permettez, reprendre ce que j'avais dit à cette occasion.

L'aspect le plus important du rapport du groupe de travail sur la politique en matière de radiodiffusion est le fait qu'il admet que le contenu est plus important que la façon de le diffuser et que les longueurs d'ondes canadiennes doivent servir avant tout à promouvoir nos intérêts et nos besoins donnant ainsi libre cours à notre imagination, à notre esprit de création et d'innovation.

L'esprit et l'intention du rapport sont certes louables. Il reprend les principes qui sous-tendent l'actuelle Loi sur la radiodiffusion, loi qui remonte à 1968. Mais les auteurs d'une étude, aussi diligents soient-ils, ne peuvent pas, en 18 mois, réunir et étudier à fond tous les différents aspects de la radiodiffusion et de la télévision au Canada, surtout dans les limites prévues.

La principale lacune du rapport, c'est qu'il n'insiste pas suffisamment sur tout ce que notre réseau de radiodiffusion et de télédiffusion a de positif. Les auteurs du rapport se sont laissés influencer par les imperfections du réseau que certains groupes d'intérêts se plaisent à souligner contrairement aux auditeurs et aux téléspectateurs.

La radiotélévision publique ou privée ne bénéficie pas, cela va de soi, d'un environnement parfait. Les longueurs d'ondes ne sont pas de notre domaine exclusif, et les règlements existants ne peuvent plus s'appliquer à la majorité des signaux et des services existant actuellement dans le pays. Il n'est pas question de nous isoler derrière un rideau électronique pas plus que nous ne pouvons déménager notre pays dans le milieu du Pacifique où les signaux étrangers ne nous parviendraient plus.

Il faut accepter la réalité telle qu'elle se présente en ce qui concerne aussi bien la radiodiffusion que nos moyens financiers et économiques. Les satellites permettent aux signaux étrangers d'atteindre tous les coins du pays si bien que les Canadiens peuvent capter les émissions de l'industrie de télévision la plus riche du monde. Les comparaisons deviennent ainsi inévitables, et cela suscite des attentes qu'il est impossible de satisfaire.

[Text]

It makes more vulnerable our sense of comparative deficiencies as well as causing an exaggerated concern about our capacities to sustain a discernible, independent, cultural identity. It has proven too easy to overlook our real accomplishments and therefore the true value of our broadcasting system.

Given our unlikely geography, our sparse population, our linguistic differences, and our proximity to the most powerful nation in the free world, the broadcasting system we have in Canada is nothing short of a miracle. I would submit to you that the system works, and works very well, because we have built a unique broadcasting structure that melds the private and public sector. This structure has historically ensured that the private sector is not over-licensed, and that broadcasting regulations adhere to the principle of keeping the system predominantly Canadian in content and character. Given the circumstances in which we operate within the shadow of the American television giant, it is quite remarkable that we achieve so much with so little of the comparable resources and related capacity.

The system does not require more repressive regulation, particularly by individual condition of licence, to meet reasonable and appropriate objectives. It needs an honest appreciation of its worth and achievement, and, through continuing flexible reregulation and thoughtful supervision, together with revitalized legislation and realistic policies, the chance to continue to do better and to prosper. But most of all, Canadian broadcasting must continue to serve the public interest, all of it, not just some of it.

I respect the adage that "if it ain't broke, don't fix it". The Canadian broadcasting system does not need fixing, just fine-tuning; and we need a revised broadcasting act, not a new one. The Broadcasting Act of 1968 is truly a remarkable document, for it encompasses all the fundamental cultural aims and objectives being put forth today. All it needs is some updating to recognize the technological developments that have taken place in the two decades since it was written. Thank you.

1055

The Chairman: Mr. Sherratt, I think you must have been listening to your associate, Mr. Znaimer, because I think his variation on your quote is, why do not you just read past the old Broadcasting Act and add a rider to the end of it: "this time we mean it". I think you are saying roughly the same thing.

Mr. Sherratt: I am glad Mr. Znaimer agrees with me. We agree on a lot of things.

Ms McDonald: You have said "if it ain't broke, don't fix it"; and perhaps we have different views of how broken the broadcasting situation is in Canada right now. Our diligent research staff have provided us with information on Canadian content in prime time for the Toronto area. That would be, I guess, CITY-TV. That

[Translation]

Cela exacerbe notre sentiment d'infériorité et nos préoccupations sur notre aptitude à maintenir notre identité culturelle. Nous avons ainsi tendance à minimiser la valeur réelle de notre radio et de notre télévision.

Étant donné l'étendue de notre territoire, la faible densité de notre population, nos différences linguistiques et notre voisinage avec le pays le plus puissant du monde libre, je dirais que notre réseau de radio et de télévision présente un véritable miracle. Si ce système fonctionne aussi bien, c'est parce que nous avons réussi à élaborer une synthèse des secteurs privé et public. Dans ce système, le secteur privé n'est pas accablé par un excès de réglementation, réglementation qui vise essentiellement à assurer le caractère canadien des émissions. Étant donné donc que nous devons fonctionner à l'ombre du géant américain de la télévision, ce que nous avons réalisé est tout à fait extraordinaire compte tenu de nos moyens.

Pour remplir ces objectifs certes raisonnables, ce qui nous manque, ce n'est pas une réglementation plus répressive qui imposerait des conditions à chaque station. Nous devons au contraire faire le point de ce qui a déjà été réalisé et, grâce à une surveillance pondérée allant de pair avec une législation renforcée, essayer de faire mieux encore. Mais, avant tout, la radiotélévision canadienne doit répondre à l'intérêt public tout entier et non pas à tel ou tel secteur.

Ici comme partout ailleurs, le mieux est l'ennemi du bien. La radiotélévision canadienne a peut-être besoin d'une mise au point et d'une loi sur la radiodiffusion modifiée, mais certainement pas d'une nouvelle loi. En effet, la Loi de la radiodiffusion de 1968 est un document tout à fait remarquable qui reprend la totalité de nos objectifs culturels qu'on ne fait que reprendre actuellement. Il suffirait donc que la loi soit mise à jour pour tenir compte des développements technologiques intervenus depuis sa rédaction. Merci.

Le président: Monsieur Sherratt, vous semblez avoir repris l'idée de votre collègue, M. Znaimer, qui propose de reprendre l'ancienne Loi sur la radiodiffusion en y rajoutant un codicille que cette fois, c'est pour de bon. Vous avez tous deux dit grosso modo la même chose.

M. Sherratt: Nous sommes souvent d'accord, M. Znaimer et moi.

Mme McDonald: Vous avez dit que le mieux est l'ennemi du bien, ce qui prouve sans doute que nous nous faisons une idée différente de l'état de la radiotélévision au Canada. Notre personnel de recherche nous a fourni un tas de renseignements sur le contenu canadien des émissions diffusées aux heures de grande

[Texte]

would be the relevant one here. Apart from *CITY Pulse News*, there "ain't much" that is Canadian.

Mr. Sherratt: I am afraid, Ms McDonald, your research staff perhaps have not done their homework as well as you might think, for under Canadian regulation, CITY-TV and all television stations in Canada are a minimum of 50% Canadian between 6 p.m. and midnight and 60% Canadian overall.

Ms McDonald: Let me be very clear. They are talking about between 7 p.m. and 11 p.m. The 6 p.m. to midnight is not very relevant prime time. In the 7 p.m. to 11 p.m. period—

Mr. Dennis FitzGerald (Vice-President, CHUM Limited): Ms McDonald, we carry *SCTV* at 7 p.m. It is a Canadian show, stripped across the week. It is produced in Edmonton. We have perhaps the largest inventory of Canadian movies. We have encouraged and worked with pre-licensed, even movies—

Ms McDonald: If you think our researchers are wrong, this says Monday evening. We are talking about CITY-TV. *SCTV* is for half an hour. Then there is *MASH*. The movie is *The Breakfast Club*. Then there is *CITY Pulse News*, which obviously is Canadian, although it regularly predicted my defeat in the last election; then *Hill Street Blues*.

Ms McDonald: That is Monday evening. Tuesday, you have your *SCTV*. That is only half an hour. You have *MASH*, *Rear Window*. So you are talking about half an hour, apart from the news.

Mr. FitzGerald: You are talking about a specific week, Ms McDonald. It is a hot week in the United States, and some of our movies are being simulcast. But I think if you look at any given quarter of the year as an averaging period, we run a considerable number of Canadian movies. I think we have the largest inventory—

Ms McDonald: Could I ask if you would provide an average for, say, a quarter of the year; for the 7 p.m. to 11 p.m. period?

Mr. FitzGerald: Absolutely, yes.

Ms McDonald: Now, what use do you make of the Broadcast Fund?

Mr. FitzGerald: We were the first people to tap it when we did. . . I am not sure if it was for *Hotel* or *Toronto Trilogy*. Both were done with the assistance of Telefilm.

I find it a bit of a dichotomy, in that we are being urged to become producers. I think we pride ourselves that as well as being exhibitors, we are producers. However, as producers today, we could no longer tap

[Traduction]

écoute dans la région de Toronto, renseignements qui, je présume, s'appliquent entre autres à la station CITY-TV. Or à part *CITY Pulse News*, il n'y a pratiquement aucun contenu canadien.

M. Sherratt: Vos recherchistes n'ont pas bien fait leur travail, car conformément au règlement, CITY-TV ainsi que toutes les stations de télévision canadiennes sont tenues de présenter un minimum de 50 p. 100 de contenu canadien entre 18 heures et minuit et 60 p. 100 pour l'ensemble de leurs émissions.

Mme McDonald: Ce que je vous disais s'applique aux émissions entre 19 heures et 23 heures. Les émissions de 18 heures à minuit ne correspondent pas aux heures de grande écoute. Ce qui m'intéresse, ce sont les émissions de 19 heures à 23 heures.

M. Dennis FitzGerald (vice-président, CHUM Limited): Madame McDonald, nous avons l'émission *SCTV* diffusée à 19 heures; car il s'agit d'une émission canadienne réalisée à Edmonton et présentée tous les jours de la semaine. Nous avons peut-être le plus gros répertoire de films canadiens. Nous avons encouragé des réalisations canadiennes.

Mme McDonald: Ce que je vous dis là s'applique aux émissions du lundi soir et de CITY-TV. La *SCTV* n'est diffusée que pendant une demi-heure. Ensuite vient le programme *MASH* et le film de *The Breakfast Club*, puis *City Pulse News*, dont le contenu est effectivement canadien, même si on y prévoyait que je serais battue aux dernières élections. Ensuite il y a *Hill Street Blues*.

Mme McDonald: Ceci pour lundi soir. Mardi, il y a la *SCTV*, qui ne diffuse que pendant une demi-heure. Ensuite il y a *MASH* et *Rear Window*. Donc à part les nouvelles, il n'y a qu'une demi-heure.

M. FitzGerald: Ce que vous dites ne s'applique qu'à une semaine bien déterminée. Certains films que nous avons diffusés l'étaient simultanément aux États-Unis. Mais si l'on examine la programmation pour un trimestre, vous constaterez que nous diffusons pas mal de films canadiens. Nous avons d'ailleurs le plus grand répertoire. . .

Mme McDonald: Est-ce que vous pourriez justement nous fournir la moyenne trimestrielle pour les périodes allant de 19 heures à 23 heures.

M. FitzGerald: Certainement.

Mme McDonald: Comment utilisez-vous le fonds de radiodiffusion?

M. FitzGerald: Nous avons été parmi les premiers à y faire appel pour la réalisation de *Hôtel* ou de *Toronto Trilogy*, je ne me souviens pas au juste. Les deux ont été réalisés grâce à Téléfilm.

Je trouve paradoxal qu'on nous pousse maintenant à devenir réalisateurs. Car c'est justement ce que nous faisons. Mais nous ne pouvons plus faire appel à Téléfilm pour nos réalisations. Nous devons nous adresser à un

[Text]

Telefilm. We must go out and get an independent producer, who then takes some control over it. We lose control over the material.

Ms McDonald: So you are not happy with how Telefilm is operating right now.

Mr. FitzGerald: Absolutely not, no. We are very disappointed.

Mr. Sherratt: We have used it both here in Toronto, through CITY and our production company here, and in the Maritimes, where we produced a series of 30-minute Canadian dramas. Now we cannot do what we did in the Maritimes again, because as broadcasters we cannot be a producer under the new rules. So we are not continuing with that project in the Maritimes.

Ms McDonald: Since there is not very much time, let me ask you a complicated question you will probably have to answer in writing. We are concerned... I think everyone on this committee wants to see more Canadian content. You have heard the previous witnesses say broadcasters are making a lot of dough; why are they not spending it on Canadian content instead of asking for more tax hand-outs? I would like to ask what your gross revenues were for 1986-87, and expenditures on independent production and in-house production.

Mr. Sherratt: Are you talking about CHUM Limited as a company, or are you talking about our television operations?

• 1100

Ms McDonald: I think we would want it broken down to particular operations.

Mr. Sherratt: I think you are really talking about television, are you not, Ms McDonald?

Ms McDonald: Television, yes.

Mr. Sherratt: We would be happy to do that for you in television and submit it to you. There is one area, however, on which I would like to comment; it is your question regarding prime time. You dealt with CITY-TV and the Toronto market. There is a great myth afoot in this country on this 8-to-10, 7-to-11, or 6-to-midnight situation. Most of it comes from centralist thinking. There is an awful lot of centralist thinking in the press in this country when it relates to television.

I can tell you that peak viewing time in the maritime provinces is 8 p.m.; it is not 9 p.m., as it is in Toronto. The largest audiences that are generated on the Atlantic Television System are in the 7.30-to-8 p.m. period. The 6-to-7 p.m. audience is much bigger than any audience after 9 p.m., by and large.

People use television differently. People live differently in various parts of this country. People who live in the Montreal-Ottawa corridor think that the sun sets and rises on that little piece of geography, and it does not.

[Translation]

réalisateur indépendant, et dans cette mesure la réalisation ne dépend plus entièrement de nous.

Mme McDonald: Donc vous trouvez que Téléfilm ne fonctionne plus comme il le devrait.

M. FitzGerald: Certainement pas, et nous sommes très déçus.

M. Sherratt: Nous avons fait appel à Téléfilm à Toronto pour CITY-TV ainsi que dans les provinces maritimes, où nous avons réalisé une série d'émissions dramatiques d'une demi-heure. Or nous ne pourrions pas le refaire, car aux termes du nouveau règlement, les radiodiffuseurs ne peuvent plus faire de la réalisation. Donc nous avons abandonné ce projet dans les provinces maritimes.

Mme McDonald: Comme le temps presse, je vais vous poser une question plutôt complexe, à laquelle vous devrez sans doute répondre par écrit. Nous tenons tous à renforcer le contenu canadien des émissions. D'après les témoins qui vous ont précédé, les stations de radio et de télévision sont extrêmement rentables. Pourquoi n'utilisent-ils pas une partie de ces bénéfices pour renforcer le contenu canadien des émissions plutôt que de demander tout le temps l'aide de l'État? Quelles ont été vos recettes brutes pour l'exercice 1986-1987 et combien avez-vous dépensé pour les réalisations indépendantes ainsi que pour vos propres réalisations?

M. Sherratt: Est-ce que vous parlez de la société CHUM Limitée ou uniquement de l'aspect de télévision.

Mme McDonald: Je voudrais avoir la ventilation pour vos différents départements.

M. Sherratt: Mais c'est bien de la télévision que vous parlez, n'est-ce pas?

Mme McDonald: Oui.

M. Sherratt: Nous allons vous faire parvenir ce renseignement par écrit. Je voudrais toutefois répondre à ce que vous avez dit concernant les émissions aux heures de grande écoute et plus particulièrement le réseau CITY-TV à Toronto. On se fait une idée tout à fait fautive de l'écoute entre 20 heures et 22 heures, 19 heures à 23 heures ou 18 heures à minuit, et cela parce qu'on a trop tendance à envisager la situation du point de vue de Toronto.

Ainsi dans les provinces maritimes, les heures de grande écoute se situent autour de 20 heures et non pas 21 heures, comme c'est le cas à Toronto. Dans la région atlantique, l'heure de grande écoute est de 19h30 à 20 heures, et nous avons bien plus de gens qui suivent nos émissions de 18 heures à 19 heures qu'après 21 heures.

On ne regarde pas tous la télévision aux mêmes heures tout comme on ne vit pas de la même façon dans les différentes régions du pays. Les gens qui vivent dans la région englobant Montréal et Ottawa s'imaginent qu'ils

[Texte]

Canadians are different, and I am sure some of your colleagues are well aware of it.

Ms McDonald: This committee has rejected the vortex theory.

Mr. Sherratt: Another thing, you make the point that there is very little Canadian programming on Canadian television. By regulation 60% of all television programming in Canada is Canadian programming, and it is more than 50% in prime time. It has been the policy of the government of this country, this government and previous governments that all Canadians have the right to have their own broadcasting system and to everything that is produced in this country as well as the total output of the largest producer of television south of the border. Much of the American television comes into this country from American sources, over which none of us has any control.

Ms McDonald: Sure, but we are concerned. We have asked you for the information. We will be interested in seeing those figure for a quarter. It is just hard to see, when you look at the television schedule of any of the cities we have gone to, how these Canadian content rules are being met, when so much of the programming is American. It seems the CRTC is regulating a system in some other country.

Mr. Sherratt: No more than 50% in prime time can be American in this country.

Ms McDonald: Yet Canadians see very little drama and very few sitcoms that are Canadian.

Mr. Sherratt: Drama has been the last area in which television is developing in this country. We went through the development. First of all, it was extension of service in the 1960s, and our resources as an industry went into extending conventional television service to the smallest little nook and cranny of this country. Remember that we are a very sparsely populated country.

Then we got into the development of news and public affairs programming. We do it better than anyone else in the world, in my opinion. No one does it like Canadian television. Now, as we move into the next phase of the development of Canadian television, drama is very much happening. Telefilm Canada has made a contribution. The industry itself is maturing to that state. The plans and productions that are under way now in this country are ensuring that by natural evolution it is happening.

Mr. Pennock: Just following up on your last thoughts, were you here for the Maclean Hunter presentation earlier?

Mr. Sherratt: With apologies to Mr. Osborne, I only heard half of him. I was here for about the last 20 minutes.

Mr. Pennock: One of the things we talked about in the view presented, if we understood it properly, is that there is certainly a dividing line between some of the cultural performances, i.e., performing arts and things like that,

[Traduction]

constituent le nombril du monde, ce qui n'est pas le cas. Nous avons une grande variété au Canada, ce que certains de vos collègues comprennent sans doute fort bien.

Mme McDonald: Le Comité a rejeté la théorie du vortex.

M. Sherratt: Vous affirmez que la télévision canadienne présente très peu de programmation canadienne. Or, d'après les règlements, 60 p. 100 des émissions de télévision doivent être canadiennes, et ce pourcentage passe à 50 p. 100 aux heures de grande écoute. L'actuel gouvernement tout comme les précédents sont d'avis que les Canadiens doivent disposer de leur propre réseau de radio et de télévision et qu'ils doivent pouvoir capter tout ce qui se fait dans le pays de même que tout ce qui est diffusé à partir des États-Unis. D'ailleurs la majeure partie des émissions américaines nous parviennent de stations américaines qui échappent à notre contrôle.

Mme McDonald: Oui, mais c'est néanmoins préoccupant. Je voudrais donc avoir ces renseignements pour un trimestre. Les horaires de télévision de la plupart des villes dans lesquelles nous nous sommes rendus ne respectent pas à mon avis les règles sur le contenu canadien, étant donné la forte proportion d'émissions américaines proposées. On ne semble pas faire grand cas du règlement du CRTC.

M. Sherratt: Aux heures de grande écoute, les émissions américaines sont limitées à 50 p. 100.

Mme McDonald: Pourtant le nombre de comédies ou d'émissions dramatiques canadiennes est très limité.

M. Sherratt: Ce n'est que tout récemment que la télévision canadienne s'est lancée dans la réalisation d'émissions dramatiques. Nous avons dû commencer au début des années soixante à étendre le réseau de télévision à la totalité du territoire. Il ne faut pas oublier que nous avons une très faible densité de population.

Ensuite nous avons commencé à réaliser les bulletins de nouvelles et d'actualités, qui à mon avis sont les meilleurs au monde. Ce n'est que maintenant que nous nous sommes vraiment lancés dans les émissions dramatiques. Téléfilm Canada a certainement contribué à cette évolution. Les plans de production ne vont que renforcer cette tendance.

M. Pennock: Est-ce que vous avez assisté à l'exposé des représentants de *Maclean Hunter*?

M. Sherratt: Je n'ai entendu que la moitié de l'intervention de M. Osborne. J'étais dans la salle pendant les 20 dernières minutes.

M. Pennock: Les émissions culturelles qui comprennent notamment les arts de la scène ne sont pas aussi populaires que les comédies, bien entendu. Il a donc proposé de confier à Radio-Canada la réalisation des

[Text]

which are not as saleable as some of the sitcoms and things like that. If I understood the views he was presenting, he was urging to let the CBC go off to do the stuff others cannot make money on because he did not feel that private enterprise can handle it. Did I just hear you saying the opposite? Do you think you can handle it and make it saleable?

Mr. Sherratt: I am talking about drama. Yes, drama is in production. It is in existence now and more and more of it is coming every year. The plans of the CTV network, which I am most intimately familiar with as far as network television is concerned, clearly will introduce a lot of Canadian drama over the next three years.

Mr. Pennock: You are saying that by limiting it to drama, there are other areas in the cultural field that you think would be best left with the CBC.

Mr. Sherratt: From time to time certain of those kinds of things can take place on private television. By and large it is a field the CBC has done and does very well. I happen to be a very fierce supporter of the CBC. I think the system we have in Canada is unique in the world and it works in a very unlikely atmosphere. The mix of private and public television and private and public radio have worked and served this country very well.

• 1105

In my opinion the CBC should not become a pure PBS. It should be part of our natural evolving competitive television system. They should produce popular programming, but given that they have taxpayer support, they should also do some of those areas requiring investment which cannot be returned.

Mr. Pennock: To really give that a boost they certainly need more funding. Is your industry prepared to pay more taxes to allow it to happen or what alternatives do you see to make it happen? Do you have any suggestions?

Mr. Sherratt: I think our company pays a higher percentage of taxes than almost anyone else in the broadcasting business. I do not know about the industry, but we think we pay quite a bit.

Mr. Pennock: Are you prepared to pay more?

Mr. Sherratt: No.

Mr. Pennock: Do you have any suggestions other than that?

Mr. Sherratt: Over half our net income goes to the government. I think we are making our contribution.

Mr. Pennock: You have no suggestions how we might be able to help.

Mr. FitzGerald: You asked CDNPA about the CBC becoming more aggressive in their sales stance. I would welcome that. If they started to sell at the same levels generally speaking as other broadcasters in the marketplace did, I think they would make quite a substantial increase in their revenue.

[Translation]

émissions non rentables, dont le secteur privé ne peut pas se charger. Est-ce que à votre avis vous pourriez réaliser des bénéfices sur les émissions culturelles?

M. Sherratt: Je parlais uniquement des émissions dramatiques qu'on réalise maintenant de plus en plus au Canada. Ainsi le réseau CTV que je connais de très près va réaliser toute une série d'émissions dramatiques au cours des trois années à venir.

M. Pennock: Mais en dehors du théâtre, le reste des émissions culturelles devrait donc être confié à Radio-Canada.

M. Sherratt: Certaines de ces émissions pourraient être diffusées par les stations privées. Mais Radio-Canada a toujours été très fort dans le domaine culturel qui est une de ses spécialités. Je suis d'ailleurs un partisan convaincu de Radio-Canada. Notre réseau de radio-télévision est tout à fait unique au monde. Le mélange de télévision et de radio privées et publiques a donné d'excellents résultats.

Radio-Canada ne doit pas se borner à copier PBS. Radio-Canada doit également faire la programmation populaire, mais étant financée par l'État, il lui appartient de se charger des réalisations non rentables.

M. Pennock: Mais cela exigerait des crédits plus importants. Est-ce que vous seriez disposés à payer davantage d'impôts, ou quelle autre solution proposez-vous?

M. Sherratt: Notre société paye déjà plus d'impôts que toutes les autres sociétés de télévision.

M. Pennock: Est-ce que vous accepteriez d'en verser encore plus?

M. Sherratt: Non.

M. Pennock: Qu'est-ce que vous recommandez donc?

M. Sherratt: Plus de la moitié de nos recettes nettes vont à l'État, donc nous versons notre juste part.

M. Pennock: Qu'est-ce que nous pourrions faire pour améliorer la situation?

M. FitzGerald: Radio-Canada pourrait promouvoir une politique de commercialisation plus agressive. Si elle se comportait sur ce plan comme les autres stations de télévision, elle verrait ses recettes augmenter très sensiblement.

[Texte]

Mr. Pennock: I have one brief question on another subject. Do you have any concerns about the evolving changes in the CTC network? Do you have any recommendations about how to make it stronger or—

Mr. Sherratt: We are involved in that, sir. It would be improper for us to make any comment at this time because there are ongoing discussions and dialogue at this moment.

Mr. Gormley: In Montreal a couple of weeks ago we discussed at some length the question of affiliate agreements with the CBC and the status of those. Has CKVR signed a new affiliation agreement yet?

Mr. Sherratt: No, we have not.

Mr. Gormley: Why? Do you have some concerns about it?

Mr. Sherratt: Yes, we have concerns and we have ongoing dialogue with the CBC about it. It is a bit of a dichotomy. There is a thrust at the moment inside the CBC and in some areas outside the CBC that the CBC must continue to be the national broadcasting service. The act says it will be that, but to be national does not mean all of what it does must be centralist. There is so much of this centralist output in Canadian broadcasting.

Mr. Gormley: Do you mean in terms of programming schedules or one's view of the nation in terms of content?

Mr. Sherratt: The whole thrust of getting the entire CBC network service across the country and the total number of hours overlooks one very important fact. As I said earlier, Canadian television has evolved as a mix of private and public, but the involvement of private broadcasting with public broadcasting in the form of CBC affiliates has provided a very interesting mix historically. It has allowed small television stations in small communities in Canada to be the carriers of the national service for a certain period of time. With that as a backbone to its schedule, it has been able to provide local service which would not otherwise have been available.

They do not get the level or the quality of local television service in very small communities in the United States that we get in Canada. The minute you take too many hours off a television station for the national feed, it does not have enough resources left to generate revenue to operate and provide those services. There is a delicate balance.

I understand the thrust to try to get more hours of the network on the affiliates, but there has to be some give and take. I think it is in the national interest and not just in the interest of the broadcaster.

Mr. Gormley: What percentage of CBC network programming are you at now?

Mr. Sherratt: I cannot tell you exactly. I think it is about 60%.

[Traduction]

M. Pennock: Je voudrais vous poser une question à un autre sujet. Est-ce que l'évolution des réseaux de la CTV vous préoccupe? Qu'est-ce que vous recommandez pour la renforcer?

M. Sherratt: Je ne peux rien vous dire à ce sujet étant donné que la question est actuellement à l'étude.

M. Gormley: Nous avons discuté il y a une quinzaine de jours à Montréal de la question des accords d'association avec Radio-Canada. Est-ce que la CKVR a signé un accord de ce genre?

M. Sherratt: Non.

M. Gormley: Et pourquoi pas?

M. Sherratt: Nous sommes justement en train d'en discuter avec Radio-Canada. Les responsables de Radio-Canada et pas rien qu'eux sont d'avis que Radio-Canada doit poursuivre sa mission, qui est d'être un réseau national. C'est ce qui est d'ailleurs prévu dans la Loi, mais qui dit réseau national ne dit pas nécessairement réseau centralisé, ce qui est trop souvent le cas actuellement.

M. Gormley: Est-ce que ce sont les horaires qui sont trop centralisés ou le contenu, à votre avis?

M. Sherratt: En essayant d'étendre le réseau de Radio-Canada au pays tout entier, et en prolongeant sa grille-horaire, on a tendance à oublier que nous avons toujours eu une télévision privée et publique, les deux coopérant d'ailleurs dans le cadre des sociétés affiliées à Radio-Canada. C'est ainsi que les petites stations de télévision communautaire diffusent les émissions de Radio-Canada à certaines heures. C'est ainsi que ces stations parviennent à assurer un service local.

Or la qualité de la télévision dans les petites agglomérations des États-Unis est inférieure à celle dont bénéficient les petites agglomérations du Canada. Si l'on impose à ces petites stations trop d'heures pour les émissions de Radio-Canada, il ne leur reste plus assez de temps pour la diffusion pour obtenir les recettes nécessaires à leur fonctionnement. Il s'agit donc d'un équilibre délicat.

Les sociétés affiliées à Radio-Canada doivent effectivement diffuser un certain nombre d'heures de la station-mère, mais il faut réaliser un certain équilibre. Il y va d'ailleurs de l'intérêt de tout le monde, pas seulement des stations privées.

M. Gormley: Quel pourcentage des émissions de Radio-Canada diffusez-vous actuellement?

M. Sherratt: Environ 60 p. 100, je pense.

[Text]

Mr. Gormley: Is that a declining number, an increasing number, or about steady over the terms of the agreement?

Mr. Sherratt: It has gone up a little.

Mr. Gormley: As an affiliate, what are your views on the 1991 plan of the CBC to move to 95% Canadian content?

Mr. Sherratt: It will be a problem for the affiliate structure.

Mr. Gormley: How is it reflected? Is it in your net return as station operators?

• 1110

Mr. Sherratt: Yes. The ability to get revenues from the CBC, the ability to generate audiences to sell ourselves.

Mr. Gormley: So you are looking therefore for a richer agreement with the CBC, so they would compensate you to a greater extent, or how would that be made up?

Mr. Sherratt: If they are going to have more hours they would have to do that. If they are going to have less popular programming available to us because they go out of American programming that is now available to the affiliates, that creates a problem for the affiliates in being able to generate revenue as well.

There may be other practical solutions, and they may have to be done on almost a case-by-case basis. It may be that trying to get one all-encompassing affiliate agreement is not the answer today, that there are different needs in different areas and different solutions in different areas.

Mr. Caldwell: I would like first of all, Mr. FitzGerald, to qualify something you were talking to Mr. Pennock about, that if the CBC went out and sold the ads like everybody else did. . . Are you meaning to say they are not charging enough? Is that what you are getting at?

Mr. FitzGerald: That is precisely what I am saying.

Mr. Caldwell: All right. In your presentation, you said rather complacently that the thing is not broken, so let us not fix it; it is not broken that badly. And there are some of us who may agree or disagree with that. But we are at a crossroads, I think, in communications, in the whole area, you know: twin-sticking, triple-sticking, Cancom and all these kinds of things I think we have to come to grips with.

I would like to ask you several questions, and I would ask that you keep your answers reasonably brief; then the more questions we can get on the record. What is your

[Translation]

M. Gormley: Est-ce que cette proportion doit diminuer ou au contraire augmenter aux termes de votre accord?

M. Sherratt: Elle a légèrement augmenté.

M. Gormley: Qu'est-ce que vous pensez de l'intention de Radio-Canada de passer à un contenu canadien à 95 p. 100 d'ici à 1991?

M. Sherratt: Ce sera certainement un gros problème pour les sociétés affiliées.

M. Gormley: Est-ce que vous voulez dire que cela aura des répercussions sur le montant de vos recettes?

M. Sherratt: Oui, sur la capacité d'obtenir de l'argent de la Société Radio-Canada, et de trouver un public à qui vendre nos produits.

M. Gormley: Vous voulez donc obtenir avec la Société Radio-Canada une entente plus avantageuse, qui vous assurerait une meilleure compensation. Est-ce le genre d'entente que vous désirez obtenir?

M. Sherratt: Si l'on prévoit un plus grand nombre d'heures, c'est ce qu'il faudra faire. Cependant, si l'on nous offre des émissions moins populaires parce qu'on décide de ne plus offrir les émissions américaines auxquelles ont actuellement accès les stations affiliées, ces dernières auront de la difficulté à obtenir les revenus nécessaires.

Il y a peut-être d'autres solutions pratiques, et il faudra peut-être étudier chaque dossier séparément pour y trouver une solution. La solution au problème n'est peut-être pas, compte tenu des circonstances actuelles, une entente générale pour toutes les stations affiliées; il y a peut-être des besoins et des solutions différentes dans des régions différentes.

M. Caldwell: J'aimerais tout d'abord, monsieur FitzGerald, avoir un peu plus de renseignements sur ce que vous disiez à M. Pennock tout à l'heure; en effet, vous avez dit que si la Société Radio-Canada vendait les périodes de publicité comme les autres. . . Dites-vous que la Société Radio-Canada ne demande pas assez pour les périodes de publicité à la télévision? Est-ce ce que vous dites?

M. FitzGerald: Oui.

M. Caldwell: C'est bien. Vous avez dit dans votre exposé, avec une certaine suffisance, que le système fonctionne, et que s'il fonctionne, il ne faudrait pas y toucher; vous avez dit qu'il était un peu boiteux, mais que ce n'était pas vraiment un grave problème. Certains d'entre nous seront peut-être d'accord avec vous. D'autres pas. Je crois que nous sommes à un carrefour dans le domaine des communications, on parle maintenant d'exploitation de stations jumelées, de stations triplées, de Cancom et de toutes sortes d'autres choses.

J'aimerais vous poser plusieurs questions et je vous demanderai de me donner des réponses assez brèves. Ainsi, je pourrai en poser plus. Que pensez-vous de ce

[Texte]

opinion, what do you feel about this idea of twin-sticking, triple-sticking, all these stickings?

Mr. Sherratt: I do not know about the last one, but it is now part of the policy of the commission, and it is a principle that has worked, by and large, reasonably well in this country. We do it in a unique way in Atlantic Canada as operators of the CTV affiliates in the Maritimes provinces. When we realized there was a need for more television, but not the economic base for it, we set up the Atlantic satellite network, which is distributed by satellite and does not have conventional transmitters but is a conventional television station. It is like any independent television station.

It provides a third service there now. It is a good service, well done, loses money, but we are able to operate it under the umbrella of our other operations. It works. That is the only instance of that which we have at the moment.

In discussing the CBC earlier, there may be new versions of that which might work in solving problems of the CBC. That has been recognized both by the commission and by Mr. Juneau.

Mr. Caldwell: Let me ask you about TVCanada. There are several different proposals: the Minister is saying one type of proposal, and others are suggesting different types of makeup of what TVCanada should be. What is your general opinion of developing another network called TVCanada?

Mr. Sherratt: We do not believe it will serve any useful purpose.

Mr. Caldwell: Okay. What about the National Film Board—what should we do with it?

Mr. Sherratt: The National Film Board should continue to do the kinds of productions it does, and fill that void in film production that it has historically fulfilled.

Mr. Caldwell: Saying that, then, are you using any of their material?

Mr. Sherratt: We use some of their material, the material that is suitable for our television stations and in suitable periods. We do use some of it, yes.

Mr. Caldwell: But do you think Canadians are getting their money's worth out of the National Film Board? We are putting a lot of money into it. Could that money be used in some other way?

Mr. Sherratt: I think that is something better addressed to the film industry than to us as broadcasters. I see them as an adjunct to the film industry, as the CBC perhaps is the—

[Traduction]

genre d'exploitation, l'exploitation de stations jumelées et de stations triplées?

M. Sherratt: Je ne connais pas vraiment ce dernier type d'exploitation, mais cela fait partie maintenant de la politique du conseil, il s'agit d'un principe qui s'est révélé assez efficace dans l'ensemble au Canada. Nous utilisons ce principe de façon assez unique dans les provinces maritimes à titre de stations affiliées du réseau CTV dans cette région du pays. Lorsque nous avons constaté qu'il existait un besoin pour des services de télévision accrues, mais que les ressources financières nécessaires n'existaient pas, nous avons mis sur pied le réseau satellite Atlantique; le service se sert de satellites et non pas d'émetteurs classiques; il s'agit cependant d'une station de télévision ordinaire. Tout cela fonctionne comme n'importe quelle autre station de télévision indépendante.

Cela nous a permis d'offrir un troisième service dans cette région. Il s'agit d'un bon service efficace qui n'est pas rentable; nous pouvons cependant le financer en puisant dans le budget général. C'est le seul cas de ce genre qui existe actuellement.

Puisqu'on parlait de la Société Radio-Canada tout à l'heure, il serait peut-être bon de se pencher sur ce genre de système pour régler certains problèmes de la société. D'ailleurs le conseil et M. Juneau l'ont reconnu.

M. Caldwell: Permettez-moi de vous poser quelques questions sur TéléCanada. Diverses propositions ont été présentées. Le ministre parle d'une proposition en particulier et d'autres proposent d'autres genres de structures pour TéléCanada. Que pensez-vous de la création d'un nouveau réseau qui s'appellerait TéléCanada?

M. Sherratt: Je ne crois pas que ce réseau serait utile.

M. Caldwell: C'est bien. Et l'Office national du film, que devrait-on en faire?

M. Sherratt: L'Office national du film devrait continuer à s'occuper du même genre de production, afin de combler le vide qu'il a toujours comblé dans le domaine cinématographique.

M. Caldwell: Vous servez-vous de certaines productions de l'Office?

M. Sherratt: Oui, nous présentons les films appropriés aux moments appropriés. Nous nous servons de certains de ces films.

M. Caldwell: Pensez-vous que les Canadiens reçoivent la valeur optimale de l'argent investi dans l'Office national du film? Nous investissons beaucoup d'argent dans ce service. Cet argent pourrait-il être utilisé à d'autres fins?

M. Sherratt: Je crois que les représentants du secteur cinématographique sauraient mieux répondre à cette question que nous, les radiodiffuseurs. À mon avis, l'Office vient compléter le secteur cinématographique un peu comme la Société Radio-Canada vient compléter. . .

[Text]

Mr. Caldwell: Well, television is one of the best bases for people to see what is being made on Canadian film. If you are not interested in carrying it, and many others are not, what is the point of doing it?

Mr. Sherratt: They rarely make television programs or programming for television.

Mr. Caldwell: Programs appropriate for television.

Mr. Sherratt: Yes.

Mr. Caldwell: Maybe they should be.

Mr. Sherratt: Well, I am not sure that we require that. With Telefilm, the CBC and so on fulfilling their roles, do we need another agency performing that function for television? It does not seem to me that we do.

Mr. Caldwell: There is a thought that maybe it has outlived its usefulness.

Mr. Sherratt: Well, I would not comment on that as it relates to the film industry.

Mr. Caldwell: All right. What do you feel about TSN or say the all-news channel going on basic? What would you feel about that?

Mr. Sherratt: At the hearings at which we were applicants we made the point, and we stand by it, that we do not think there is any need for any specialty service in English Canada to be on the basic service. It is not necessary.

• 1115

Mr. Caldwell: What about the all-news channel? I realize it is before the CRTC, but should the CBC get it?

Mr. Sherratt: We took a very long, hard, serious look at the all-news channel and determined that we would not proceed with an application for it. So I come at this answer with some background. We did it for two reasons. First, we do not think it can be a particularly sound business, and the second reason is that we spent a decade in Canadian television developing conventional television services that provide the best television news in the world. It is the backbone of Canadian television. As I said a moment ago, we are now evolving into drama. Why do we need an all Canadian news service? Is it only because there is one coming from Atlanta? What is serving the United States is not the same as what is serving Canada. Canadians are well served by conventional television and news.

Mr. Caldwell: What about the effect of Cancom carrying the Detroit signals in the Atlantic provinces?

[Translation]

M. Caldwell: La télévision est un des meilleurs moyens de faire connaître au public les films canadiens. Si vous n'êtes pas intéressés à présenter ces films, et que d'autres ne le sont pas, à quoi sert-il de les tourner?

M. Sherratt: L'Office national du film ne prépare que rarement des émissions de télévision ou des films qui sont destinés à la télévision.

M. Caldwell: Vous parlez d'émissions appropriées pour la télévision.

M. Sherratt: Oui.

M. Caldwell: Peut-être l'Office devrait-il faire ce genre de travail?

M. Sherratt: Je ne pense pas qu'on le demande. Nous avons Téléfilm Canada, la Société Radio-Canada et d'autres groupes qui jouent leur rôle. Avons-nous besoin d'un autre service qui jouerait le même rôle pour la télévision? Je ne crois pas.

M. Caldwell: Certains pensent que l'Office n'est plus utile maintenant.

M. Sherratt: Je ne répondrai pas à commentaire puisque cela touche le secteur cinématographique.

M. Caldwell: C'est bien. On a proposé que TSN ou les services de nouvelles soient offerts comme services réguliers. Qu'en pensez-vous?

M. Sherratt: Je dois répéter ce que nous avons dit lors des audiences du CRTC; en effet, nous ne pensons pas qu'il soit nécessaire d'offrir parmi les services de base un service spécialisé au Canada anglais. Ce n'est pas nécessaire.

M. Caldwell: Et le service de nouvelles? Je sais que le CRTC étudie actuellement la question. Est-ce que la Société Radio-Canada devrait obtenir ce service?

M. Sherratt: Nous avons étudié de façon détaillée et approfondie le service de nouvelles et nous avons décidé que nous ne présenterions pas de demandes à cet égard. Ainsi, ma réponse est fondée sur les connaissances que j'ai acquises. Nous avons procédé de cette façon pour deux raisons. Tout d'abord, nous ne pensons pas que cela serait une bonne décision, et puis, il nous a fallu dix ans pour créer dans le monde de la télévision le meilleur service classique de nouvelles au monde. Ce service représente le pivot de la télévision au Canada. Comme je l'ai dit tout à l'heure, nous passons maintenant aux émissions dramatiques. Pourquoi aurions-nous besoin d'un service de nouvelles canadien? Est-ce parce qu'on en offre un à partir d'Atlanta? Les services qui sont offerts aux États-Unis ne sont pas les mêmes que ceux qui sont offerts au Canada. Les Canadiens reçoivent de bons services des systèmes classiques de télévision et de nouvelles.

M. Caldwell: Cancom achemine les signaux de Detroit vers les provinces maritimes. Que pensez-vous de cette situation?

[Texte]

Mr. Sherratt: It is a problem. They have no relevancy. They come in off-time. They play programs that we have licensed in the area, and that is an area of substitution that we might touch on. For example, with ASN we do not get substitution because it does not have a conventional transmitter. But the Cancom situation is a problem as it relates to copyright primarily. Also, the intrusion of signals from both Canada and foreign sources sets up an imbalance in some areas.

Mr. Caldwell: Mr. Chairman, in the absence of my colleague, Mr. Blackburn, I will ask this question. The French music. . .

Mr. FitzGerald: *Musique plus.*

Mr. Caldwell: How much French language music is there and what are the problems associated with getting enough videos. . . ?

Mr. FitzGerald: It is running at just over 20%. We are running a four-hour live block. So it is quite easy. As that block extends, I believe it might become a little more difficult to attain those levels.

Mr. Caldwell: And of that 20%, would the majority be Canadian?

Mr. FitzGerald: Yes. I would say it would be about two-thirds/one-third Canadian.

Mr. Caldwell: Is there difficulty in getting French language music of that type?

Mr. FitzGerald: There is great difficulty. It is very much like MuchMusic. Until there is an outlet for it, no production is done. Now that it is being guaranteed exposure, we see it is being stimulated. However, it will take some time to build.

Mr. Caldwell: Mr. Roman, we have heard from quite a few radio operators who feel the CRTC regulations regarding the spoken word are too tough, that the audiences are asking announcers to stop talking and play more music, be more competitive with the U.S. Would you like to see a change in that particular area?

Mr. Duff Roman (Vice-President, Industry Affairs, CHUM Limited): I think there is always room for amendment to the AM-FM regulations and perhaps a reduction in the FM spoken word, but I think regulatory differences between AM and FM should be maintained. I think particularly now, when there is light at the end of the tunnel, technically, AM should continue to have different regulations. We now have a national processing standard that the NAB and CAB are promoting with their memberships in both the U.S. and Canada, and the AM stereo marketplace decision still has not been resolved. These areas might give AM more of that level playing

[Traduction]

M. Sherratt: Cela présente un problème. Ces renseignements ne sont pas pertinents. Les signaux sont captés dans la région lors des périodes «mortes». Ils offrent des émissions que nous offrons déjà dans la région, et c'est une question dont nous aimerions peut-être parler. Par exemple, dans le cas d'ASN ces émissions ne sont pas remplacées parce que le réseau n'a pas un émetteur classique. Cancom présente de graves problèmes particulièrement en ce qui a trait aux droits d'auteurs. De plus, l'empiètement de signaux provenant du Canada et de sources étrangères crée un déséquilibre dans certaines régions.

M. Caldwell: Monsieur le président, puisque mon collègue, M. Blackburn, n'est pas là, je poserai cette question. La musique en français. . .

M. FitzGerald: *Musique plus.*

M. Caldwell: Fait-on beaucoup jouer la musique de chanteurs français? Pouvez-vous obtenir suffisamment de bandes magnétoscopiques. . . ?

M. FitzGerald: Le contenu en français représente un peu plus de 20 p. 100. Nous offrons quatre heures de musique française. C'est donc assez simple. Lorsque cette période sera prolongée, je crois que nous éprouverons peut-être certains problèmes à maintenir cet équilibre.

M. Caldwell: Vous avez dit que 20 p. 100 de la musique était en français. Est-ce que la majorité des artistes sont Canadiens?

M. FitzGerald: Oui. Je dirais qu'environ le deux tiers des artistes sont Canadiens.

M. Caldwell: Est-il difficile d'obtenir du matériel de ce genre en français?

M. FitzGerald: Oui, c'est très difficile. Cela ressemble beaucoup à MuchMusic. Tant qu'il n'y a pas de marché, il n'y a pas de production. Mais puisqu'on a maintenant trouvé un marché, tout cela a stimulé le secteur. Toutefois, il faudra quand même un certain temps.

M. Caldwell: Monsieur Roman, un bon nombre d'exploitants de stations de radio nous ont dit que, selon eux, les règlements du CRTC à l'égard des commentaires sont trop stricts, et que le public demande aux annonceurs de se taire et de présenter plus de musique, pour être plus compétitifs avec les stations américaines. Croyez-vous qu'il faudra apporter des changements dans ce domaine?

M. Duff Roman (vice-président, Division commerciale, CHUM Limited): Je crois qu'il est toujours possible de modifier les règlements sur les services AM et FM et qu'il serait peut-être possible de laisser les stations FM présenter plus de musique et moins de paroles; cependant, je suis d'avis que les différences qui existent au niveau de la réglementation entre les stations AM et FM devraient être maintenues. Je crois que cela est tout particulièrement important maintenant, car il y aura sous peu d'importants changements techniques, et je crois que les stations AM devraient obéir à des règlements différents. Nous avons maintenant établi une norme

[Text]

field. However, until then, I do not think we should have one unified set of regulations for AM and FM.

Also, I do not see a change in the Canadian content regulations. AM should continue with 30%, FM with 20%, and the initiatives that we have developed with the DOC through the sound recording development program and our own voluntary initiatives are now having some impact. These initiatives began on our own in 1982, without any impetus or requirement of the task force report or any government intervention.

We were a significant factor in both the Felixes in francophone Canada and the Junos last night. I feel very proud about that and I think it should continue. The Canadian production sector is capable of about 7% or 8% of the overall output, and I think that the exposure of 20% FM, 30% AM really serves their needs quite well.

Mr. Sherratt: Given the make-up of this committee, I do not think I will get any argument when I say that both the radio system in Canada and radio in Canada are superior to the United States. We have been able to develop the radio industry in Canada because of regulation, not in spite of it. Regulation has worked for us.

• 1120

Mr. Caldwell: When we were touring, especially in western Canada, we learned that many radio stations were having financial problems. You can regulate something till it cannot make any money. This committee has learned that radio stations these days do not have licences to print money.

Mr. Sherratt: There is no question about that. It is not only a problem of geography; it is one of market size as well. And the problems in the west also exist in the east, in the smaller markets.

Regulation by and large, with the creativity that there is, should not be a big problem. If there is an area of regulation that affects smaller markets, there are avenues for those stations to get relief. But the fact that we have had the kind of regulation for FM that we have had, as opposed to AM, has allowed AM to survive and provide a needed service in this country. It is working in talk and

[Translation]

nationale de traitement que l'ANETR et l'ACR font maintenant connaître à leurs membres aux États-Unis et au Canada; nous n'avons d'ailleurs pas réglé la question de la place sur le marché des stations stéréo AM. Toutes ces choses pourront peut-être assurer au secteur AM des chances égales. Toutefois, en attendant, je ne crois pas qu'il faudrait avoir les mêmes règlements pour le secteur AM et le secteur FM.

De plus, je ne crois pas que les règlements actuels sur le contenu canadien changeront. En effet, les réseaux AM devraient continuer à offrir 30 p. 100 de contenu canadien et le réseau FM, 20 p. 100; d'ailleurs les initiatives que nous avons mises sur pied en collaboration avec le ministère des Communications, soit un programme de promotion de l'enregistrement sonore, et nos propres initiatives commencent à porter fruit. Nous avons lancé nos premiers programmes dans ce domaine en 1982, avant même que les groupes de travail l'aient recommandé dans leur rapport ou que le gouvernement ne soit intervenu dans le secteur.

Nous avons joué un rôle important lors de la présentation des Felix au Canada francophone l'année dernière et des Juno hier soir. J'en suis très fier et je crois que nous devrions maintenir notre rôle. Le secteur de la production au Canada peut produire entre 7 et 8 p. 100 de la production globale; je crois que le fait que les réseaux FM diffusent à 20 p. 100, les réseaux AM à 30 p. 100, ce genre de produit aide beaucoup le secteur de la production au Canada.

M. Sherratt: Compte tenu de la composition du Comité, je n'hésite pas à dire que le système de radio au Canada et les émissions de radio au Canada sont supérieurs à celles des États-Unis. C'est grâce aux règlements, et non pas en dépit d'eux, que nous avons su assurer l'épanouissement du secteur de la radio au Canada. Ces règlements nous ont été fort utiles.

M. Caldwell: Lorsque nous avons voyagé, nous avons appris, tout particulièrement dans l'ouest du pays, qu'un bon nombre de stations radiophoniques éprouvent des problèmes financiers. Il est possible d'avoir tellement de règlements qu'une entreprise n'est plus rentable. Notre Comité a appris que les stations de radio ne font vraiment pas beaucoup d'argent.

M. Sherratt: Je ne peux le nier. Ce n'est pas simplement un problème géographique; le problème est également attribuable à l'importance du marché. Ces problèmes qu'on éprouve dans l'Ouest existent également dans l'Est, dans les plus petits marchés.

Dans l'ensemble, les règlements ne devraient pas poser de graves problèmes compte tenu de la créativité des intervenants de ce secteur. Si les petits marchés se disent désavantagés par un règlement en particulier, il existe des moyens de régler ces problèmes. Ce sont les règlements que nous avons imposés aux radios MF qui ont permis aux radios MA de survivre et d'offrir un service nécessaire

[Texte]

information as well as music, and has provided the diversity that was foreseen by those who drafted those regulations. I was an opponent of them in the early going, and I have become a convert because they have worked.

Mr. Caldwell: Just like free trade will.

The Chairman: Should there be different regulations for say an AM station in Stettler, Alberta and one in Toronto?

Mr. Sherratt: The AM regulations are flexible enough that there is no need for a change in AM. They are flexible enough for those stations to be able to operate. Perhaps the expectations of the stations in a Toronto would be higher than those of a Stettler. We corporately helped fund and continue to support FACTOR, and we started Music Action in Quebec. But there is no question that much of that revenue comes from big towns rather than small ones.

The Chairman: The whole idea of FACTOR and CTL and these various schemes was to engender airplay that would foster rack sales, which would then enable an indigenous Canadian industry to prosper. Has the scheme not become a sham? Are those cuts getting played on the air? Or are you just going to licence renewal hearings and in effect buying a licence?

Mr. Sherratt: When we originally dealt with the 30% Canadian content regulation, there was not enough Canadian music to fulfil a 30% regulation and program a radio station well.

The Chairman: I remember that.

Mr. Sherratt: So the key there was to get production going so we would have enough product to play on Canadian radio stations. We are talking about quality, not just volume. It has to be competitive. It has to be the kind of music product that Canadians want to hear. You cannot just put it on because it is Canadian and was made in somebody's basement. It has to be competitive with the product that comes from the U.S. To that end, we think it is working.

The Chairman: I would like to leave this with you and Mr. Roman to see if you can share with the committee your judgment on the airplay performance of FACTOR. We would like some idea as to whether those cuts are getting played on the air.

Mr. Sherratt: Mr. Chairman, you could not have asked better people. Duff Roman is the president of FACTOR, so he will go to work on that. I think it is a good question.

[Traduction]

au Canada. Ce sont les informations, les discussions ainsi que la musique qu'offrent ces services qui ont assuré la diversité que les législateurs avaient prévue. Je m'étais opposé au début à ces règlements; aujourd'hui je les appuie sans équivoque parce que je sais qu'ils ont été efficaces.

M. Caldwell: Tout comme le libre-échange.

Le président: Les règlements qui régissent une station MA à Stettler en Alberta devraient-ils être différents de ceux qui visent une station MA de Toronto?

M. Sherratt: Les règlements qui s'appliquent aux stations MA sont assez souples et il n'est pas nécessaire de les modifier. Ces règlements offrent suffisamment de marge de manoeuvre aux stations. Il est possible que les attentes de la station de Toronto soient plus grandes que celles de la station de Stettler. Nous avons participé au financement de FACTOR, et continuons à appuyer ce système; nous avons mis sur pied Music Action au Québec. Je ne peux cependant nier que la plus grande partie des revenus vient des grandes villes.

Le président: Les systèmes FACTOR, CTL et ces autres projets visaient à assurer que la musique rock jouerait plus souvent à la radio afin de faire augmenter les ventes de ce matériel et ainsi assurer la prospérité de cette industrie canadienne. Ces projets ne sont-ils pas devenus un peu de la frime? Est-ce que ces disques jouent vraiment à la radio? Ou faites-vous simplement tout cela pour obtenir le renouvellement de certains permis de diffusion?

M. Sherratt: Quand le règlement sur un contenu canadien de 30 p. 100 a été adopté, il n'y avait pas suffisamment de musique canadienne pour permettre de respecter ce pourcentage et offrir les services adéquats.

Le président: Je m'en souviens.

M. Sherratt: Ainsi, il a fallu encourager la production simplement pour avoir suffisamment de matériel pour le faire jouer sur les stations de radio canadiennes. Évidemment, nous ne parlons pas simplement de volume mais de qualité. Il faut que le produit soit compétitif. Il faut qu'il s'agisse de musique que les Canadiens veulent écouter. Vous ne pouvez pas faire jouer cette musique simplement parce qu'elle est d'origine canadienne et que quelqu'un l'a enregistrée dans son sous-sol. Il faut que le matériel puisse livrer concurrence aux produits américains. Je dois dire que nous croyons que ces programmes sont efficaces à cet égard.

Le président: Je vous demanderai, ainsi qu'à M. Roman, de nous faire part de votre opinion sur le rendement du programme FACTOR. J'aimerais savoir si cette musique joue vraiment à la radio.

M. Sherratt: Monsieur le président, vous avez posé les questions aux bonnes personnes. Duff Roman est le président de FACTOR et il répondra à votre question, preuves à l'appui. Je crois que c'est une bonne question.

[Text]

[Translation]

• 1125

The Chairman: We are running a bit late, so I would ask you to just table it in writing with the committee.

Mr. Sherratt: We would be happy to.

The Chairman: Would you be kind enough, Mr. Roman?

Mr. D. Roman: In fact, I can leave behind two annual reports today while I am getting the other information for you. I think you would find it very useful.

The Chairman: Thank you.

Mr. D. Roman: Could I add that there is unanimity on the side of the music industry and the radio industry that we are working toward a very positive objective and there are no serious holdbacks at this point? The problem is the retail sector. You mentioned it very well, about getting those records into stores. We are addressing that problem. That is a major bottleneck that air play cannot always address.

The Chairman: It is not unlike the film distribution challenge.

Mr. Sherratt: I wonder if there is just one area I could comment on very briefly before we leave.

The Chairman: Please.

Mr. Sherratt: Bill C-58 I will not touch, though it is very important to all the media in Canada. But the simultaneous substitution situation is one that is often reported as being a great bonanza brought on by the government for Canadian broadcasting. The truth of it is that Canadian television stations buy the rights to the programs that are substituted for Canada, and we have exclusive rights in Canada and have paid the producers and the performers for those rights for Canada.

When simultaneous substitution first came into being in the 1970s, it came when cable companies were first allowed to microwave distant signals. How do you protect the situation? Well, substitution was evolved because in the United States they were blacking them out. They blacked out distant stations when the rights were held in a market for that specific program. It was thought that Canadian viewers might be annoyed by this so they put the Canadian signal on it for their convenience.

We think it would be much better if they were blacked out, because they would then come to the Canadian channel to see the program and be there to see the next Canadian program. But it is not something that was packaged up as a means to give us something for nothing. It is something that we own the rights to in Canada. So often that is misunderstood.

Le président: Nous sommes un peu en retard et je vous demanderai de nous faire parvenir ces commentaires par écrit.

M. Sherratt: Avec plaisir.

Le président: Cela vous convient-il, monsieur Roman?

M. D. Roman: De fait, je peux vous laisser deux rapports annuels que vous pourrez consulter en attendant que je vous fasse parvenir des renseignements complémentaires. Je crois que vous les trouverez fort utiles.

Le président: Merci.

M. D. Roman: J'aimerais signaler que le secteur de la musique et celui de la radio s'entendent sur le fait qu'ils cherchent à atteindre un objectif fort positif et qu'il n'y a aucun obstacle à cet égard. Le problème existe au niveau du détail. Comme vous l'avez signalé, il est difficile d'assurer la vente de ces disques dans les magasins. Ce problème est actuellement à l'étude. C'est là un problème qu'on ne peut pas toujours régler en assurant plus de temps d'antenne.

Le président: Cela fait penser un peu au problème qui existe au niveau de la distribution des films.

M. Sherratt: Puis-je faire un tout petit commentaire avant de partir?

Le président: Allez-y.

M. Sherratt: Je ne parlerai pas du projet de loi C-58, même s'il s'agit d'une mesure législative très importante pour les médias au Canada. On parle souvent de la substitution de signaux identiques comme étant un beau cadeau que le gouvernement a fait aux radiodiffuseurs canadiens. Le fait est que les stations de télévision canadiennes achètent les droits de ces émissions pour lesquelles il y a substitution pour le Canada; nous avons donc des droits exclusifs au Canada et avons payé les réalisateurs et les artistes pour avoir ces droits au Canada.

La substitution de signaux identiques a vu le jour pendant les années 70 lorsque les sociétés de câblodistribution ont eu le droit aux signaux éloignés à micro-ondes. Comment protéger la situation? La substitution de signaux identiques a été créée parce que les États-Unis empêchaient l'accès. Ainsi, les stations éloignées ne pouvaient capter ces émissions si leurs réseaux n'avaient pas acheté les droits. Puisqu'on craignait que les auditeurs canadiens ne soient offusqués, les Américains ont décidé d'accepter les signaux canadiens.

Nous croyons qu'il vaudrait mieux que ces signaux ne passent pas parce qu'à ce moment-là, les Canadiens syntoniseraient les stations canadiennes pour voir cette émission et syntoniseraient le même poste et verraient peut-être la prochaine émission canadienne. Mais ce n'était certainement pas un cadeau. C'est quelque chose que nous méritons parce que nous possédons les droits au

[Texte]

The Chairman: Game point, Mr. Sherratt. Thank you very much, gentlemen.

We will now call witnesses from the Canadian Broadcasting Corporation, the officers of the English Television Network, led by vice-president Denis Harvey. Mr. Harvey, you are most welcome. We look forward to this hour with you. We would ask you to introduce your colleagues and then begin your presentation.

Mr. Denis Harvey (Vice-President, English Television Network, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you, Mr. Chairman and members of the committee. I am with Ivan Fecan, our director of television programming, and Trina McQueen, director of network television.

Mr. Chairman, it took four hours to present a current picture of CBC English television to the recent CRTC hearings, so we can only give you a very quick overview in 10 minutes. First I am going to try to put to bed a few myths about CBC. The first myth is that network television is all produced out of Toronto and only deals with Central Canada. We are proud of how our network programming reflects all parts of the country and I will use this week's schedule as an example to prove that.

Sunday evening we started the evening with *Raccoons*, the popular cartoon series which is produced in Ottawa, followed by *The Beachcombers* produced in British Columbia. The Sunday night movie, *John and the Missus*, was filmed in Newfoundland. Monday night we carried two hours of the Juno awards, which showcased music talent from across the country. Last night *The Fifth Estate* did interviews with Canadians from Ottawa, Quebec City, Prince Edward Island, Winnipeg, and Victoria. Our other weekly information shows *Marketplace*, *Venture*, *Man Alive*, *The Nature of Things* criss-cross this country every week for their stories. *Country Canada* will be in Vancouver and Edmonton this week, *Venture* in Newfoundland. *Front Page Challenge* is never produced in Toronto. It originates in various cities across the country with each program featuring guest panelists and mystery guests from those regions.

The weekly half-hour drama series, *The Way We Are*, is created and produced in seven different cities across this country. This week it is a story written, produced and filmed in Vancouver.

Most of our pre-school children's programming is produced outside Toronto—*Fred Penner's Place* in Winnipeg, *Umbrella Tree* from Ottawa, the Canadian

[Traduction]

Canada. Les gens comprennent souvent très mal ce que cela veut dire.

Le président: C'était une bonne précision, monsieur Sherratt. Merci beaucoup, messieurs.

Nos prochains témoins représentent la Société Radio-Canada; nous accueillons des représentants du réseau anglais de télévision, dont le porte-parole est le vice-président, M. Denis Harvey. Bienvenue, monsieur Harvey. Nous sommes impatients de commencer cette heure de discussion. Je vous demanderai de nous présenter vos collègues puis de nous faire un bref exposé.

M. Denis Harvey (vice-président, le Réseau anglais de télévision, la Société Radio-Canada): Merci, monsieur le président et mesdames et messieurs. Je suis accompagné de Yvan Fecan, le directeur de la programmation, et de Trina McQueen, directrice de la télévision au réseau.

Monsieur le président, il nous a fallu quatre heures pour présenter lors des récentes audiences du CRTC un exposé sur la télévision anglaise de Radio-Canada; nous ne pourrions vous donner en dix minutes qu'un très bref aperçu. J'essaierai tout d'abord de faire disparaître certains mythes qui existent sur la Société Radio-Canada. Tout d'abord, certains disent que toutes les émissions du réseau sont réalisées à Toronto et ne portent que sur le centre du pays. Nous sommes fiers du fait que les émissions que nous présentons à nos auditeurs reflètent la vie dans toutes les régions du pays. Je vous donnerai en exemple l'horaire de cette semaine.

Nous avons commencé la soirée dimanche par l'émission *Raccoons*, un dessin animé populaire qui est réalisé à Ottawa; cette émission a été suivie de *The Beachcombers*, une émission qui est produite en Colombie-Britannique. Le long métrage ce soir-là, *John and the Missus* a été tourné à Terre-Neuve. Lundi soir, nous avons consacré deux heures aux Juno Awards, qui rendent hommage aux talents musicaux du pays tout entier. Hier soir, à l'émission *The Fifth Estate*, les auditeurs ont vu des entrevues avec des Canadiens qui vivent à Ottawa, Québec, l'Île-du-Prince-Édouard, Winnipeg et Victoria. Nos autres émissions d'informations hebdomadaires *Marketplace*, *Venture*, *Man Alive*, et *The Nature of Things*, rapportent des événements qui se sont déroulés dans le pays tout entier. Cette semaine, *Country Canada* sera tourné à Vancouver et à Edmonton, et *Venture* à Terre-Neuve. L'émission *Front Page Challenge* n'est jamais réalisée à Toronto. Cette émission provient de diverses villes du pays et chaque épisode présente des membres invités et des invités mystères de ces régions.

La dramatique hebdomadaire d'une demi-heure, *The Way We Are*, est créée et réalisée dans sept villes canadiennes. Cette semaine, l'épisode a été écrit, réalisé et filmé à Vancouver.

La majorité de nos émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire sont réalisées à l'extérieur de Toronto—*Fred Penner's Place* est tournée à Winnipeg, *Umbrella*

[Text]

inserts in *Sesame Street* from Montreal, Regina, Winnipeg, Vancouver and Toronto.

[Translation]

Tree à Ottawa, et les séquences canadiennes de *Sesame Street*, proviennent de Montréal, Regina, Winnipeg, Vancouver et Toronto.

• 1130

Hymn Sing every Sunday comes from Winnipeg, and our Sunday morning church services come from all over Canada. *Sportsweekend* covers amateur sports in every corner of the country. This coming Sunday night, our movie, *And Then You Die*, was shot on location in Montreal. Other Sunday night movies this season were filmed in Cowansville, Quebec City, Gravenhurst, Saskatoon, and Alberta.

We also have two internal news services that collect and distribute both network and regional news and other program material.

The current affairs regional service gathered more than 5,000 regionally produced items last year for use on supper hour news shows and network programs such as *Midday*, *The Journal*, and *Venture*. More than 800 interviews were done with newsmakers for use on our programs, including 175 with Members of Parliament. The MP goes to a studio in Ottawa and is interviewed by a news host sitting in a studio in Winnipeg, Toronto, or Vancouver. Finance Minister Michael Wilson did 10 separate interviews with supper hour hosts from across the country after presenting his white paper on tax reform recently.

Our evening news service distributed 985 news items in the past six months, 642 from our regional stations. Nowhere else on Canadian television do you see anything that compares to our reflection of all regions of this country.

The second myth is that we are losing audience at CBC. This is just not true. For five consecutive years we have held our share of the ratings, and we have done so while lowering U.S. content to 5.5 hours of prime time a week, down from 11 hours a week of U.S. programming just 10 years ago, and despite the increased fragmentation with more channels available to Canadians almost every year.

Our ability to hold our audiences has also meant that we have done extremely well in commercial sales. Our sales are currently growing faster than the marketplace. We are virtually sold out in prime time for the remainder of this year.

The third myth I want to put to bed is that CBC is an insular, closed corporation that wants to do all its programming without any help from the independent

L'émission *Hymn Sing*, chaque dimanche provient de Winnipeg et nos services religieux du dimanche matin viennent de toutes les régions du pays. L'émission *Sportsweekend* porte sur les sports amateurs dans le pays tout entier. Le long métrage qui sera présenté dimanche soir prochain *And Then You Die* a été tourné à Montréal. Les autres longs métrages du dimanche soir qui seront présentés cette saison ont été tournés à Cowansville, Québec, Gravenhurst, Saskatoon et en Alberta.

Nous avons également deux services de nouvelles internes qui recueillent et distribuent les nouvelles régionales et nationales et d'autres programmes.

Les services régionaux d'affaires publiques ont recueilli plus de 5.000 séquences réalisées dans les régions l'année dernière; et ces dernières ont été utilisées pendant les émissions des nouvelles à l'heure du dîner et lors d'émissions du réseau comme *Midday*, *The Journal* et *Venture*. Plus de 800 personnes qui faisaient l'actualité ont été interviewées pour nos émissions, dont 175 députés. Le député se rend à un studio à Ottawa et est interviewé par un journaliste qui se trouve dans un studio à Winnipeg, à Toronto ou à Vancouver. Le ministre des Finances M. Wilson a participé à 10 entrevues avec les journalistes responsables des nouvelles diffusées à l'heure du dîner après la présentation de son Livre blanc sur la réforme fiscale; ces entrevues ont eu lieu d'un bout à l'autre du pays.

Notre service des nouvelles de soirée a distribué 985 bulletins au cours des six derniers mois, 642 provenant de nos stations régionales. Nous reflétons mieux toutes les régions du pays que quiconque.

Parlons de l'autre mythe: certains pensent que Radio-Canada perd des auditeurs. Ce n'est pas vrai. Au cours des cinq dernières années, nous avons conservé notre part du marché et ce tout en diminuant le contenu américain; en effet, il y a dix ans, 11 heures de pointe par semaine étaient consacrées aux émissions américaines; aujourd'hui, seules 5,5 heures le sont. Ainsi, en dépit de cela et en dépit d'une fragmentation accrue du marché puisque les Canadiens ont maintenant accès à toujours plus de stations, nous avons maintenu notre part du marché.

Comme nous avons des auditeurs fidèles, nous avons également pu vendre beaucoup de pages publicitaires. De fait, le taux de croissance de nos ventes est supérieur à celui du marché. Il ne nous reste pratiquement plus de périodes libres aux heures de pointe pour le reste de l'année.

Passons au troisième mythe: certains disent que la Société Radio-Canada est insulaire, qu'il s'agit d'une société fermée qui veut faire toute sa propre

[Texte]

sector. We have a goal of 50% of all entertainment programming to be done by independent producers. We are now over 35%, and in fact almost 60% of our drama now comes from independent Canadian producers. This is mostly done with Telefilm. In the four years since Telefilm started we have invested \$63 million in English television; it has created \$300 million of production, almost 500 hours of Canadian programming since Telefilm started on CBC English television.

Even the drama supposedly done inside the CBC draws upon outside writers, directors, actors, and musicians. In English television we sign 6,500 contracts a year with outside talent, and we send a thousand cheques a week to these people.

The fourth myth is that CBC is not needed because the private sector is doing it all just as well. I continue to be amazed that this is actually believed by some people. The quickest way to shatter this myth is to look at the television listings for this week.

If you look at television's peak viewing time—8 p.m. to 11 p.m.—in this week's *TV Guide*, CBC English television has over 90% Canadian content. CTV has about 10% and Global about 12%. These are not the official CRTC figures, which measure, I believe, 6 p.m. to 12 p.m.; but the time when most people are in front of their sets, 8 p.m. to 11 p.m., we totally dominate as far as Canadian content is concerned.

We are currently carrying seven hours of prime-time drama a week. CTV has about one hour. We are the only network with prime-time shows on business, religion, science, and consumer affairs. We are the only network to give regular exposure to Canadian singers, dancers, and comedians. We are the only network to produce Canadian ballet, opera, and classical music.

Unfortunately, we have seriously cut back on this kind of programming because of our budget squeeze. A ballet is expensive to produce—\$500,000—and it may only get an audience of 700,000, low in television terms. But, to duplicate the size of that audience, you would have to pack the O'Keefe Centre five nights a week, 52 weeks of the year.

[Traduction]

programmation sans recevoir l'aide du secteur privé. Notre objectif est une programmation indépendante dans le domaine du divertissement de 50 p. 100. Ce pourcentage dépasse actuellement 35 p. 100 et de fait, à près de 60 p. 100, nos dramatiques sont réalisées par des réalisateurs canadiens indépendants. Le principal groupe est Telefilm. Depuis la création de Telefilm, il y a quatre ans, nous avons investi 63 millions de dollars dans les émissions de télévision en anglais; cela a permis de créer 300 millions de dollars de production, et près de 500 heures d'émissions canadiennes depuis la diffusion des émissions de Telefilm à la télévision anglaise de Radio-Canada.

Même les émissions dramatiques qu'on dit réalisées au sein de Radio-Canada font appel aux services d'écrivains, de metteurs en scène, d'acteurs et de musiciens de l'extérieur. À la télévision anglaise, nous signons environ 6,500 contrats par année avec des gens de l'extérieur et nous envoyons des milliers de chèques par semaine à ces gens.

Quatrièmement, certains disent que la Société Radio-Canada n'est pas nécessaire puisque le secteur privé se débrouille très bien. Je m'étonne toujours de constater que les gens croient vraiment cela. La façon la plus rapide de faire disparaître cette illusion est d'étudier le programme de la semaine en cours.

Si vous étudiez les émissions présentées en heures de pointe—soit entre 20 heures et 23 heures—dans le *TV Hebdo* de cette semaine, vous constaterez que plus de 90 p. 100 des émissions offertes par la télévision en anglais de Radio-Canada sont d'origine canadienne. Le réseau CTV a un contenu canadien d'environ 10 p. 100 et Global d'environ 12 p. 100. Il ne s'agit pas des chiffres officiels du CRTC qui portent, si je ne me trompe, sur la période allant de 18 heures à 24 heures; et pendant la période où le plus grand nombre de Canadiens se trouvent devant le petit écran, soit entre 20 heures et 23 heures, c'est nous qui offrons le plus grand contenu canadien.

Nous offrons actuellement sept heures d'émissions dramatiques en heures de pointe par semaine. Le réseau CTV offre environ une heure. Nous sommes le seul réseau qui offre en heures de pointe des émissions sur les affaires, la religion, les sciences, et la consommation. Nous sommes le seul réseau qui offre à intervalles réguliers des émissions avec des chanteurs, des danseurs et des comédiens canadiens. Nous sommes le seul réseau qui offre des ballets, des opéras et des concerts de musique classique canadiens.

Malheureusement, nous avons dû diminuer considérablement ce genre d'émissions en raison de restrictions budgétaires. Cela coûte très cher de présenter un ballet—500,000\$ environ—et parfois seuls 700,000 auditeurs regarderont cette émission, ce qui n'est pas vraiment beaucoup pour une émission de télévision. Cependant, pour avoir le même public, il faudrait faire salle comble au Centre O'Keefe cinq soirs par semaine pendant 52 semaines.

[Text]

The reduction in performance arts is especially sad when you think that many people in this country do not live in centres where they can see ballet or opera or attend a classical music concert.

Director Norman Campbell tells a moving story about producing *Romeo and Juliet* for the CBC 20 years ago. A little girl in a small Ontario town had never seen a ballet, and said to her mother that night, "That is what I want to do". Twenty years later Norman Campbell produced *Romeo and Juliet* again for the CBC, this time with the Royal Winnipeg Ballet. The premiere dancer that night was the little girl from the small Ontario town, Evelyn Hart.

We are the only Canadian network to present a daily two-hour block of Canadian pre-school children's programs. Many of you adults may not know that *Sesame Street*, which originated in the United States, now consists of more than 50% Canadian content and deals with our cultures, our traditions, and our two languages. We were the first broadcaster ever allowed by the producers of *Sesame Street* to originate our own material. This Canadian material is now being sold around the world.

• 1135

Mr. Dressup, produced in the CBC for the past 20 years, gets an even bigger audience than *Sesame Street*. It has the most amazing share of audience of anything in Canadian television. Over 90% of the pre-school children in Canada who are watching television in the morning, almost half a million, are watching *Mr. Dressup*. Without the CBC, we Canadians would see very little of ourselves or our country, our problems and our triumphs.

Let me deal now with the future for CBC English television. We agree with the Caplan-Sauvageau recommendation that we should gradually phase out the use of American commercial television programs, which are readily available on other networks. You have undoubtedly seen our announcement of a few weeks ago when we announced we planned to reach a level of 95% Canadian content over the next three years by 1990-91.

I want to talk about this three-year plan and how we developed it. You know that we are only in the second year of a five-year cycle of wage cuts and no inflation, a directive for Crown corporations that was included in our federal budget in 1985. We have handled the squeeze in the first two years by applying a general across-the-board cut to everyone in CBC. We attempted to protect

[Translation]

La réduction des émissions sur les arts de la scène est regrettable surtout lorsque l'on pense que bien des Canadiens ne vivent pas dans les grands centres où ils peuvent se rendre au ballet ou à l'opéra ou même à un concert de musique classique.

Le directeur Norman Campbell racontait une histoire émouvante; il nous disait qu'il avait présenté pour la Société Radio-Canada il y a vingt ans, le ballet *Romeo et Juliet*. Il disait qu'une fillette d'une ville de l'Ontario qui n'avait jamais vu de ballet auparavant a dit à sa mère ce soir-là, «C'est ce que je ferai lorsque je serai grande». Vingt ans plus tard Norman Campbell a présenté *Romeo et Juliet*, encore une fois pour la Société Radio-Canada dansé par le *Royal Winnipeg Ballet*. Ce soir-là, l'étoile s'appelait Evelyn Hart, cette fillette qui venait d'une petite ville de l'Ontario.

Nous sommes le seul réseau canadien qui présente un bloc de deux heures d'émissions canadiennes destinées aux enfants d'âge préscolaire. Vous êtes des adultes et nombre d'entre vous ne savent peut-être pas que l'émission *Sesame Street* qui a été créée aux États-Unis offre aujourd'hui un contenu canadien de plus de 50 p. 100; cette émission reflète donc nos cultures, nos traditions et nos deux langues. La Société Radio-Canada a d'ailleurs été le premier télédiffuseur à recevoir des réalisateurs de *Sesame Street* la permission de créer ses propres scénarios. Ces émissions canadiennes sont maintenant vendues dans le monde entier.

De fait, plus d'enfants regardent *Mr. Dressup*, une émission réalisée depuis 20 ans par la Société Radio-Canada, que *Sesame Street*. De toutes les émissions diffusées au Canada c'est celle qui a le public le plus remarquable. En effet, plus de 90 p. 100 des enfants d'âge préscolaire qui regardent la télévision le matin, près d'un demi-million d'enfants, regardent *Mr. Dressup*. Sans la Société Radio-Canada, les Canadiens verraient très peu d'eux-mêmes ou de leur pays, de leurs problèmes ou de leurs réalisations à la télévision.

Passons maintenant à l'avenir de la télévision en anglais de la Société Radio-Canada. Nous sommes d'accord avec les recommandations formulées dans le rapport Sauvageau-Caplan soit que la Société Radio-Canada devrait progressivement cesser de diffuser des émissions commerciales américaines qui sont d'ailleurs offertes par les autres réseaux. Vous savez, sans aucun doute, que nous avons annoncé il y a quelques semaines notre intention d'offrir un pourcentage de 95 p. 100 de contenu canadien d'ici 1990-1991.

J'aimerais vous donner quelques détails sur ce programme de trois ans et sur quoi nous nous sommes fondés. Vous savez sans aucun doute que nous en sommes à la deuxième année d'un plan quinquennal de réduction des salaires—d'ailleurs ce plan ne prévoit aucune augmentation égale au taux d'inflation; c'est une directive que toutes les sociétés de la Couronne ont reçue dans le

[Texte]

programming, but some programs did disappear and the quality of almost everything was being affected.

We projected ahead to three more years of the same. Our figures showed that in English television, with a budget of about \$350 million, we would lose \$40 million worth of buying power. We would lose 100 hours of regional programming, 100 hours of network programming, and our Canadian content would drop from the present 80% to about 65%.

We decided that we had to take a radical new look at English television and had to design a service that would make the best use of the dollars we would have in 1990-91. We brought together 100 of our best people from coast to coast and put them to work for two and one-half days. Out of this conference came the deeply felt consensus that the CBC television was dying under the current constraints and that something drastic had to be done to revive it.

The vision that animated the group was a fully Canadian schedule. Despite the budgetary problems, the elimination of U.S. commercial programming was the top priority.

Immediately after the session, we appointed a group of six people, five of them regional, and gave them the objective of developing options for a 1990-91 program schedule. We gave them very few guidelines. First, it will recognize the goal of 95% Canadian content. Second, it will provide a stronger reflection of the regions to the entire country. Third, it will be popular. Fourth, it will contain a wide range of high-quality programs with a priority emphasis on information, drama and pre-school children. Fifth, it must do all of this within the dollars we will have available in 1990-91.

We now have that plan. Our board of directors has given us unanimous approval to go ahead with the first phase.

Where will we find the money? First, there is \$20 million we now spend on U.S. programming; this will be directed.

Second, we have asked our board of directors to let English television keep all incremental commercial revenues for the next three years. These are new revenues that we will earn in the next three years. Normally, these commercial revenues are spread across the entire corporation. We do intend to add some commercial spots in some of our programs.

[Traduction]

budget fédéral de 1985. Nous avons accepté les réductions des deux premières années en assurant des réductions globales dans tous les secteurs et pour tous les employés de la Société Radio-Canada. Nous avons essayé de maintenir la programmation, mais certaines émissions ont disparu et la qualité de presque toutes nos réalisations était en jeu.

Nous nous attendions à trois autres années semblables. Nos statistiques indiquaient que la télévision en anglais, qui a un budget d'environ 350 millions de dollars, perdrait quelque 40 millions de dollars de pouvoir d'achat. Nous perdrons ainsi 100 heures de programmation régionale, 100 heures de programmation du réseau, et notre contenu canadien, qui est actuellement à 80 p. 100, tomberait à environ 65 p. 100.

Nous avons décidé qu'il fallait revoir radicalement la télévision en anglais et créer un service qui utiliserait de façon optimale nos ressources financières en 1990-1991. Nous avons réuni et mis au travail 100 de nos meilleurs réalisateurs au pays pendant deux jours et demi. Les participants ont massivement affirmé que la télévision de Radio-Canada se mourrait des contraintes actuelles et qu'il fallait faire quelque chose de draconien pour la ranimer.

Ce groupe partageait la vision d'une programmation exclusivement canadienne. En dépit des problèmes budgétaires, la priorité était l'élimination des émissions commerciales américaines.

Après cette conférence, nous avons mis sur pied un groupe de six personnes, dont cinq représentants régionaux, et les avons chargé d'établir des options pour 1990-1991. Nous leur avons donné très peu de lignes directrices. Tout d'abord, ce programme devait reconnaître l'objectif, soit 95 p. 100 de contenu canadien. Deuxièmement, il devrait être le reflet fidèle des régions dans le pays tout entier. Troisièmement, ce programme devait être populaire. Quatrièmement, il devait fournir une variété d'émissions de qualité supérieure en insistant tout particulièrement sur l'information, les émissions dramatiques, et les émissions destinées aux enfants d'âge préscolaire. Cinquièmement, tous ces objectifs devaient être réalisés en se limitant au budget prévu pour 1990-1991.

Ce plan existe aujourd'hui. Notre conseil d'administration, à l'unanimité, en a approuvé la première étape.

Où obtiendrons-nous l'argent nécessaire? Tout d'abord, des 20 millions de dollars qui sont actuellement consacrés aux émissions américaines.

Deuxièmement, nous avons demandé à notre conseil d'administration de laisser la télévision de langue anglaise conserver tous les revenus de la publicité pendant les trois prochaines années. Il s'agit de nouvelles recettes de ces trois années. Normalement, cet argent est réparti dans toute la Société. Nous avons l'intention d'ajouter des pages publicitaires à certaines de nos émissions.

[Text]

Third, we are changing the role of the regions and are redirecting \$23 million of regional programming money to new network programs. Those new network programs will be produced in the regions. Instead of having regions make programs that are seen only in the region of origin, they will make programs that will reflect their regions but will be seen by the entire country on the full network.

Fourth, we will pursue more co-productions so that we share the cost of the programs with one or more other broadcasters. We currently do co-productions with Disney, PBS, provincial broadcaster, BBC and others, and we think we can do more.

It will be a different CBC, but it will be Canadian and it will be the best CBC we can have with the dollars available. Thank you, Mr. Chairman.

The Chairman: Thank you, Mr. Harvey. The chairman thanks you for your efforts to vanquish the vortex and to mitigate the maelstrom.

Mrs. Finestone: Yes, it was quite a statement.

Mr. Pennock: Mr. Harvey, first of all, I hope my statement to the previous witnesses did not upset you too much when I said I wanted to get more money for the CBC. As you know, I have been critical of management and I have been critical of the financial accountability of CBC in the past. As one who wants it to become more of a business so we have more money for funding, I have to say—I do not say it very often—that I am in disagreement with my colleague, the chairman of the committee, about statements yesterday in terms of this vortex of Toronto. It brings me to a question about that.

• 1140

As a businessman, I think the ultimate thing is to try to save money and to do what you can and do it well for the least cost. I feel bringing the centre to Toronto will allow this to happen and will accomplish the ultimate goal, to produce top-quality programming to be aired to Canadians and involve Canadian content. If it means moving to a cultural centre like Toronto, so be it.

I have a few questions on that subject. What kinds of cost savings do you think there would be for the TV end if there was a major centre reducing the thirty? I have toured some of these and it is a horror story. Would you like to comment on the savings on a dollars-and-cents basis?

Mr. D. Harvey: The purpose of building a broadcast centre is firstly that if we do not build one in ten years,

[Translation]

Troisièmement, nous modifions le rôle des régions et avons décidé d'utiliser pour de nouvelles émissions nationales 23 millions de dollars qui étaient jadis affectés aux régions. Ces nouvelles émissions seront réalisées dans les régions. Au lieu de demander aux régions de préparer des émissions qui ne seront vues que dans la région en question, ces dernières prépareront des émissions qui reflèteront la région mais qui seront diffusées par tout le réseau et donc vues par tous les téléspectateurs canadiens.

Quatrièmement, nous participerons à un plus grand nombre de coproductions, partageant ainsi les coûts de la réalisation de ces émissions avec un ou plusieurs autres télédiffuseurs. Nous avons actuellement des ententes de coproduction avec le réseau Disney, PBS, des télédiffuseurs provinciaux, la BBC et d'autres. Nous croyons qu'il est possible de les multiplier.

Nous aurons donc une nouvelle Société Radio-Canada qui sera vraiment canadienne et qui sera la meilleure société possible compte tenu des ressources financières disponibles. Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur Harvey. Je tiens à vous remercier d'avoir essayé de désamorcer la tempête.

Mme Finestone: Oui, c'était fort intéressant.

M. Pennock: Monsieur Harvey, j'espère que mon adresse aux témoins qui vous ont procédé, ne vous a pas trop bouleversé; en effet j'ai dit que je voulais obtenir plus d'argent pour Radio-Canada. Comme vous le savez, j'ai critiqué la gestion de cette Société et le fait que, dans le passé, elle n'a pas suffisamment rendu compte de sa gestion financière. Moi qui souhaite que l'aspect commercial se développe de façon à nous permettre de disposer plus d'argent pour le financement, je dois dire, et cela m'arrive rarement, que je ne suis pas d'accord avec mon collègue, le président du Comité, à propos de ce qui a été dit hier au sujet de ce tourbillon de Toronto. Cela m'amène à poser une question à ce sujet.

En tant qu'homme d'affaires, j'estime que ce qu'il faut faire en fin de compte, c'est essayer d'économiser de l'argent et de faire correctement tout ce que l'on peut au moindre coût possible. Je crois que si l'on amène ce centre à Toronto, on réalisera cet objectif utile, on pourra proposer aux Canadiens des émissions d'une qualité exceptionnelle comportant un contenu canadien. S'il faut pour cela aller s'installer dans un centre culturel comme Toronto, eh bien, soit.

J'ai quelques questions à ce sujet. À votre avis, quelles seraient les économies possibles pour la télévision si vous aviez un grand centre à la place d'une trentaine. J'ai visité quelques-uns, et c'est épouvantable. Pouvez-vous nous donner une idée des économies possibles?

M. D. Harvey: Premièrement, si nous ne construisons pas un centre de radiodiffusion, dans 10 ans nous

[Texte]

we will be out of business in this city. We will not be producing programs in my opinion.

As you know, our premises are located in 23 different buildings around this city. The rents are skyrocketing every year. It is what Toronto is all about these days. This broadcast centre will give us a rent which will save us a great deal of money over the next 30 to 40 years. The development project is still being worked out with Cadillac-Fairview. The final figures have not been released. An agreement is being drawn up, but it has not been concluded. Those figures are still very much in the making. There is no question that we will be saving multi millions of dollars on rent over the next 30 years by moving into this broadcast centre.

Mr. Pennock: Ultimately it could be spend on more productions. Is that correct?

Mr. D. Harvey: Yes.

Mr. Pennock: Apart from the dollar-and-cent figure—that is only one side of the story—are there any other advantages from the TV end?

Mr. D. Harvey: Yes. Our facilities are so outdated that some equipment we now use is literally a museum piece in the United States. The U.S. broadcasters cannot believe what we are still working with. We are behind the technology by 10 years. All the private broadcasters in this country have modern up-to-date equipment. We are a disaster in Toronto, partly because we have been waiting for years for this broadcast centre. No money was being poured into Toronto.

Our French network had their new building production centre 15 years ago. We were to have it two or three years later and we are still waiting for it. The quality of our product is suffering badly. In a few more years we will not be able to keep up with it.

There is a myth that we are building some huge broadcast centre that is far more than what we have now. In this city at the moment we have access to ten television studios. This new building will only have eight television studios. To take a minute to explain television, four studios are tied up every day of the year with our major shows, *The National*, *The Journal*, our French supper hour, our local supper hour, and the packaging for all those shows. Four studios are tied up from the day we move into the building, which leaves us only four other studios to do everything else we do. We are not building a monument; we are building a building that will give us less studio space than we have available in this city now, but it will be modern studio with modern facilities. It is hoped we will get more production out of the eight than we now get out of ten.

[Traduction]

n'existerons plus dans cette ville. Je crois que nous ne réaliserons plus rien.

Comme vous le savez, nos locaux sont disséminés dans 23 immeubles différents de Toronto. Les loyers grimpent en flèche tous les ans. C'est la triste réalité actuelle de Toronto. Le loyer de ce centre de radiodiffusion nous permettrait de faire des économies considérables pendant les 30 à 40 prochaines années. Nous n'avons pas fini d'élaborer ce projet avec Cadillac-Fairview, et nous n'avons pas les chiffres définitifs. Nous préparons un accord, mais il n'a pas encore été conclu. Nous sommes toujours plongés dans les calculs. Mais il est certain que nous allons faire des millions et des millions d'économies de loyer au cours des 30 prochaines années si nous nous installons dans ce centre de radiodiffusion.

M. Pennock: Et cet argent pourrait être utilisé pour réaliser plus d'émissions. C'est bien cela?

M. D. Harvey: Oui.

M. Pennock: En dehors du plan financier, qui représente un aspect de la question, ce centre présentera-t-il d'autres avantages pour la télévision?

M. D. Harvey: Oui, Nos installations sont tellement désuètes qu'une partie de notre matériel pourrait déjà figurer dans des musées aux États-Unis. Les radiodiffuseurs américains n'en croient pas leurs yeux quand ils voient avec quoi nous travaillons. Nous avons 10 ans de retard technologique. Tous les radiodiffuseurs privés ont du matériel de pointe. En revanche notre situation à Toronto est catastrophique, en partie parce que cela fait des années que nous attendons ce centre de radiodiffusion, ce qui fait qu'on ne nous a pas donné d'argent.

Notre réseau français a obtenu son centre de production il y a 15 ans. Le nôtre devait suivre deux ou trois ans après, mais nous l'attendons toujours. La qualité de nos produits s'en ressent douloureusement. Dans quelques années, nous perdrons complètement pied.

Certains veulent faire croire que nous allons construire un gigantesque centre de radiodiffusion bien plus important que ce que nous avons actuellement. Pour l'instant, à Toronto, nous avons accès à 10 studios de télévision. Dans notre nouvel immeuble, il n'y en aura que huit. Permettez-moi de vous expliquer en quelques instants comment fonctionne notre télévision: quatre studios sont bloqués tous les jours de l'année par nos grandes émissions, *The National*, *The Journal*, les émissions en français à l'heure du souper, les émissions locales à l'heure du souper et l'encadrement de toutes ces émissions. Donc, quatre studios sont bloqués dès l'instant où nous entrons dans cet immeuble, ce qui nous en laisse quatre pour tout le reste. Nous ne construisons pas un monument; nous construisons un immeuble qui va nous laisser moins de surface de studio que nous n'en avons actuellement à Toronto, mais ce seront des studios modernes avec des installations modernes. Nous espérons avoir avec ces huit studios une production supérieure à celle des 10 que nous avons actuellement.

[Text]

Mr. Pennock: Before I go on to my next question, I want to compliment you on this presentation. I am going to say something I have never said in committee before. This is the first brief presented at a committee meeting that I am going to reread.

Mr. D. Harvey: Thank you very much, Mr. Pennock.

Mr. Pennock: The previous witness made comments about CBC not being aggressive in their selling of advertising and perhaps underselling their product. Is that true? Would you like to comment on it? If you are undercutting in advertising, is it because you do not feel you have a quality product to sell?

Mr. D. Harvey: We would be delighted to reply. I will ask Trina McQueen, who is responsible for sales, to answer.

Ms Trina McQueen (Director of Network Television, Canadian Broadcasting Corporation): Our revenue has gone up more quickly than the private sector revenue. We have increased about 30% over the last two or three years. You do not do that by charging low prices or undercutting the market. This year we went into the market with one of the most aggressive network pricing strategies we have ever had, an increase of more than 10% on some programs.

• 1145

We have heard this accusation for many years, wherever the sales department has been brought into a forum. We asked the Television Bureau, which, as you know, represents all the broadcast advertisers, to forward us every single complaint they had about our supposed undercutting of the market, and there were maybe 40 or 50 complaints. Every single complaint, except two, was not factually based. One of the two was a human error, and the other one was some other kind of mistake we had made. So in every case where there has been a detailed investigation of our supposed undercutting of the market, we have come up clean. We do not do it, not because we are good little girls and boys, although we are good girls and boys, but because it is just not in our interest. We want to charge the highest prices we can get for every piece of our inventory.

Mr. Pennock: Do you have rate sheets or things like that you could provide the committee with?

• 1150

Ms McQueen: We operate on a demand card, which does not have specific rates for each program. We price to value. But we could certainly provide you with details on any specific piece of inventory you wanted to talk about or compare with any other sales organization.

[Translation]

M. Pennock: Avant de passer à ma question suivante, je tiens à vous féliciter pour votre exposé. Je vais dire quelque chose que je n'ai jamais dit auparavant en comité. C'est le premier mémoire présenté à une réunion de comité que je vais relire.

M. D. Harvey: Merci beaucoup, monsieur Pennock.

M. Pennock: Notre précédent témoin a accusé Radio-Canada de ne pas être suffisamment dynamique sur le plan de la publicité et de ne pas se vendre correctement. Est-ce vrai? Qu'en pensez-vous? Si vous faites de la sous-enchère, parce que vous avez l'impression que vous n'avez pas un bon produit?

M. D. Harvey: Nous allons nous faire un plaisir de vous répondre. Je vais laisser pour cela la parole à Trina McQueen, qui s'occupe des ventes.

Mme Trina McQueen (directrice de Network Television, Société Radio-Canada): Nos recettes ont progressé plus rapidement que celles du secteur privé. Nous avons enregistré une progression d'environ 30 p. 100 au cours des deux ou trois dernières années. Ce n'est pas en coupant les prix et en faisant de la sous-enchère qu'on obtient de tels résultats. Cette année, nous avons attaqué le marché avec l'une des stratégies de facturation les plus agressives que nous ayons jamais eues, une augmentation de plus de 10 p. 100 sur certaines émissions.

Nous entendons cette accusation depuis des années, à chaque fois que les représentants des secteurs de ventes participent à une tribune. Nous avons demandé au bureau de télévision qui représente tous les annonceurs publicitaires du secteur de la radiodiffusion, comme vous le savez, de nous transmettre toutes les plaintes qu'il avait reçues et dans lesquelles nous étions accusés de faire de la sous-enchère. Il y en avait une quarantaine ou une cinquantaine. Toutes ces plaintes étaient sans fondement sauf deux. Dans un cas, il s'agissait d'une erreur humaine, et dans l'autre, d'une maladresse quelconque. Par conséquent, à chaque fois qu'on a enquêté sur les accusations de sous-enchère dont nous faisons l'objet, nous avons été blanchis. Nous ne le faisons pas, non pas parce que nous sommes des enfants de chœur, bien que nous soyons effectivement des enfants de chœur, mais tout simplement parce que ce n'est pas dans notre intérêt. Nous tenons à tirer le maximum de toute notre production.

M. Pennock: Avez-vous des barèmes de tarif ou quelque chose de ce genre que vous pourriez nous communiquer?

Mme McQueen: Nous fonctionnons à la demande, et nous n'avons pas de taux particuliers pour chaque émission. Les tarifs sont faits sur mesure. Mais nous pourrions certainement vous communiquer toutes les informations détaillées que vous souhaiteriez avoir pour

[Texte]

Mr. Pennock: Okay. Just one other subject and then I will pass over to my colleagues. The programming that you are producing or co-producing, are you satisfied that...? This is a difficult question to ask you to answer but I am going to ask it anyway, for the record. Are you satisfied with the marketing that is being done by CBC Enterprises? All right. Maybe I can reword that to make the answer a little simpler for you. Do you think the marketing and selling abroad, or selling to the United States, could be done a little more effectively?

Mr. D. Harvey: Trina is also sitting on a committee at the moment that is looking at CBC Enterprises, so I will ask her to answer.

Ms McQueen: We make a good healthy profit on program sales across the world. We believe the set-up we have now, with our own agents in various places, gives us the maximum return on our dollars. We have had some problems with enterprises which have been well publicized. They are not in the program sales area. Our program sales revenue continues to increase year after year and it is profitable.

Mr. Pennock: Okay. One of my criticisms of CBC Enterprises has been that they have broadened to try to do something for which they do not have the experts. You are more or less supporting that view of mine, saying if they would stick to selling your TV products, perhaps they could become profitable.

Mr. D. Harvey: Mr. Pennock, can I jump in here? We are not responsible for enterprises; that is an operation that answers to head office. Trina has been sitting on a group that has been looking at everything that CBC Enterprises does. I really think it is a little unfair for her to answer that question. We are, as she says, delighted with the sales of our programs. That is really our connection with CBC Enterprises, whether they do a good job selling our programs. What else they do really has not a great deal of connection to the English television.

Mr. Pennock: Okay. My final question is where do you see your major offshore market potential for the bulk of the programs? I think you mention in your brief that you are going to pursue co-productions and things like that. Where do you see your major partners being?

Mr. Ivan Fecan (Director of Television Programming, English Television, Canadian Broadcasting Corporation): The obvious major markets are the English-speaking markets, England in particular. Some of the second tier of the U.S markets, the first run syndication market, the pay-TV markets, those signals which do not come into Canada

[Traduction]

discuter ou pour les comparer avec d'autres organisations de vente.

M. Pennock: Bon. Un dernier sujet, et je passe la parole à mes collègues. Les émissions que vous réalisez ou que vous réalisez en coproduction, estimez-vous que... C'est une question assez délicate, mais je vous la pose quand même pour que ce soit officiel. Estimez-vous que les entreprises Radio-Canada font un travail de commercialisation correct? Bon. Je pourrais peut-être formuler cela autrement pour vous faciliter un peu la réponse. Pensez-vous qu'il serait possible de commercialiser et de vendre vos émissions à l'étranger ou aux États-Unis de façon un peu plus efficace?

M. D. Harvey: Trina fait aussi partie actuellement d'un comité qui étudie les activités de Entreprises Radio-Canada; je la laisserai donc répondre.

Mme McQueen: Nous réalisons des bénéfices confortables sur la vente de nos émissions à l'étranger. Grâce aux dispositifs que nous avons actuellement, et qui nous permet d'avoir nos propres agents à divers endroits, nous pensons en tirer le maximum. Nous avons connu pour certaines entreprises des problèmes dont on a beaucoup parlé. Mais il ne s'agissait pas de ventes d'émissions. Les recettes de nos ventes d'émissions augmentent régulièrement chaque année, et c'est un secteur rentable.

M. Pennock: Bon. L'une des critiques que j'ai adressées aux entreprises Radio-Canada, c'est qu'elles ont voulu élargir leurs activités à des domaines pour lesquels elles ne disposaient pas des experts voulus. Vous êtes plus ou moins d'accord avec moi pour dire que si elles s'en tenaient aux réalisations de télévision, elles seraient peut-être plus rentables.

M. D. Harvey: Monsieur Pennock, vous me permettez d'intervenir? Nous ne sommes pas responsables de Entreprises; c'est un secteur qui relève de notre administration centrale. Trina a participé à un groupe qui étudie toutes les activités de Entreprises Radio-Canada. Je trouve qu'il est un peu injuste de lui demander de répondre à cette question. Comme elle vous l'a dit, nous sommes enchantés du résultat des ventes de nos émissions. Tout ce que nous demandons en fait à Entreprises Radio-Canada, c'est de vendre correctement nos émissions. Le reste n'a pas grand-chose à voir avec la télévision anglaise.

M. Pennock: D'accord. Une dernière question: quels sont à votre avis les principaux débouchés à l'étranger de l'essentiel de vos émissions? Je crois que vous dites dans votre mémoire que vous allez vous lancer dans la réalisation d'émissions en coproduction et dans ce genre de choses. A quels partenaires pensez-vous principalement?

M. Yvan Fecan (directeur de la programmation télévisée, Télévision anglaise, Société Radio-Canada): Les grands marchés les plus évidents sont naturellement les marchés anglophones, en particulier l'Angleterre; une partie du deuxième volet des marchés américains, le marché des souscriptions aux nouveautés, les marchés de

[Text]

readily. That way, both parties have integrity of their distribution system.

Mr. Pennock: Mr. Chairman, thank you. I think I am out of time.

The Chairman: Yes, by about 90 seconds, Mr. Pennock. Mr. Gormley next, please.

Mr. Gormley: As it seems is customary with the CBC before this committee, one likes to open with a few comments. I want first to comment briefly on your children's programming. As a part-time but all too infrequent couch potato with my four-year-old, I do see a good bit of your children's programming. I think it should be said for the record that its excellence is unparalleled in this country and I think without the CBC children's programming, to the excellent extent that it is done, we would be sadly lacking in good quality content programming for our kids. I am therefore very pleased to see it has become a targeted priority as you move into the 1991 plan. I think that is commendable.

Moving now to the 1991 plan itself, I do not know what was said or done precisely when you had your "100 best people from coast to coast", but I happen to know three or four of them who were there. They say there were speeches not unlike "Win one for the Gipper". Obviously you have come up with what I think is an admirable objective in terms of adjusting your priorities. Again, I wish to say how pleased I am to see the way you are moving.

• 1155

My question is precisely how do we get to the costing element? In early submissions on the Caplan-Sauvageau task force, in other discussions, we have heard the general figure that to move to an extensive Canadian content, in or about the 95% you were referring to, there would be a projected loss of somewhere between \$30 and \$50 million; or at least that would be the money that would have to be made up.

Mr. Juneau has indicated that commercial time could go from 8 minutes to 12 minutes. You have indicated \$20 million now spent on U.S. programming could go into it. You have also mentioned redirecting some \$23 million in regional programming. I want to get to that as a supplementary. But let us begin with the incremental advertising revenue you wish to keep over the next three years. What would you project that would be over a three-year period aggregate, and what would it be per year?

Mr. D. Harvey: The first two years it is \$6 million per year and the third year it is \$4 million. It is a total of \$16 million over the three years. So at the end of three years our operating budget would be increased by \$16 million per year, because that revenue is constant once you get it.

[Translation]

la télévision payante, les signaux qui ne sont pas directement captés au Canada. Cela permet aux deux parties de conserver le contrôle intégral de leurs réseaux de distribution.

M. Pennock: Monsieur le président, je vous remercie. Je crois que j'ai dépassé mon temps.

Le président: D'environ 90 secondes, monsieur Pennock. Monsieur Gormley, si vous voulez.

M. Gormley: Comme d'habitude quand Radio-Canada comparait devant le Comité, quelques remarques initiales sont de mise. J'aimerais tout d'abord dire quelques mots sur vos émissions pour les enfants. Comme j'ai un enfant de quatre ans, je regarde de temps en temps la télévision avec lui, pas assez souvent, et je vois une bonne partie de vos émissions pour les enfants. Je tiens à dire officiellement que la qualité de ces émissions est sans égal au Canada, et que sans les émissions pour enfants de Radio-Canada, qui sont de très haute qualité, nous aurions une grave lacune à combler. Je suis donc enchanté de voir que c'est l'une des priorités que vous vous fixez pour le plan de 1991. Félicitations.

A propos de ce plan, je ne sais pas ce qui s'est fait ou ce qui s'est dit quand vous avez réuni vos «100 meilleures personnes d'une côte à l'autre», mais il se trouve que j'en connais trois ou quatre. Ils disent qu'il y a eu des discours où l'on a véritablement harangué les troupes. Manifestement, la réorganisation de vos priorités est un superbe objectif. Encore une fois, je suis très heureux de l'orientation que vous suivez maintenant.

Concrètement, je voudrais savoir ce que cela donne sur le plan financier. Lors des premiers témoignages recueillis par le groupe de travail Caplan-Sauvageau et dans d'autres discussions, on a dit que si nous voulions imposer un contenu canadien très important, de l'ordre de 95 p. 100 comme vous le disiez, cela entraînerait des pertes de 30 à 50 millions de dollars; ou c'est en tout cas le montant qu'il faudrait verser.

M. Juneau a dit qu'on pourrait faire passer le temps de publicité de 8 à 12 minutes. Vous dites qu'on pourrait récupérer 20 millions de dollars actuellement consacrés à des émissions canadiennes. Vous parlez aussi de récupérer environ 23 millions de dollars consacrés à des émissions régionales. J'y reviendrai dans une question supplémentaire. Mais commençons par les recettes publicitaires que vous souhaitez voir s'accumuler au cours des trois prochaines années. Quel serait à votre avis le montant cumulé sur trois ans, et le montant par an?

M. D. Harvey: Pour les deux premières années, six millions par an et quatre millions pour la troisième. Cela nous donne un total de 16 millions de dollars sur ces trois ans. Au terme de ces trois années, notre budget de fonctionnement aura donc augmenté de 16 millions de dollars par an, parce que ce revenu est constant une fois que vous l'avez obtenu.

[Texte]

Mr. Gormley: So taking that, added to the approximate \$20 million a year now, you would be looking at a situation of \$36 million—

Mr. D. Harvey: Yes.

Mr. Gormley: —just on the plus side.

About forgone revenue from the big-ticket items, *Dallas*, for example, on Friday nights, what do you project in forgone revenue?

Mr. D. Harvey: It is difficult to say at the moment. We have two studies done. One says \$20 million, one says \$40 million. We are doing a more extensive study at the moment.

One of the things happening in recent years. . . We worried for years that as we reduced the U.S. content and added Canadian, we would lose revenue. As I said, we are down now to five and a half hours of U.S.-only in prime time, yet our revenues are at an all-time high. We have proven that if we can get an audience of a million or better for Canadian programs, our sales department has no trouble selling them out in prime time.

So we are quite confident about it. But there is no question there will be a loss when you lose those high-audience programs, such as *Dallas*. What the exact figure is depends on a lot of things. It also depends very much on the quality of the Canadian programs we will make to replace that U.S. product. That is the crucial point.

Mr. Gormley: That is my next question. What do you foresee as an in-bound production cost, then? If we take forgone revenues and these estimates, balanced against the approximately \$36 million you were referring to, there is generally an offset effect, one would hope to the positive, of saving something. How, then, do you project what it will cost to produce the extra five and a half hours per week?

Mr. D. Harvey: We know what they will cost to produce. It all depends whether Telefilm money is available for all this new production, and whether we end up paying 20% to 30% of the cost of that programming, as we do now with Telefilm projects. But that is dependent on whether Telefilm will have money for us every year, in increasing dollars, because as we increase our independent production we obviously have to have more money from Telefilm matching our money.

So it depends a great deal on these co-productions we talk about. It depends a great deal on the state of Telefilm and what its budget will be. And of course it depends on what revenue loss we will have, which is very difficult to say at the moment.

Mr. Gormley: The \$23 million that is listed as redirecting of regional programming. . . As you know, I come from rural Saskatchewan, and we obviously have a

[Traduction]

M. Gormley: Donc, si l'on ajoute à cela les 20 millions de dollars par an que vous avez à peu près actuellement, vous auriez en gros 36 millions de dollars. . .

M. D. Harvey: Oui.

M. Gormley: . . . du côté des recettes.

Et vous pensez que vous perdriez combien du côté des émissions qui rapportent beaucoup, *Dallas* par exemple le vendredi soir?

M. D. Harvey: C'est difficile à dire pour l'instant. Nous avons les résultats de deux études, qui parlent dans un cas de 20 millions de dollars et dans l'autre de 40 millions de dollars. Nous approfondissons la question.

Ce qui s'est passé ces dernières années. . . Pendant des années, nous nous sommes dit que si nous réduisions le contenu américain pour augmenter le contenu canadien, nous allions perdre des recettes. Mais comme je vous le disais, nous sommes maintenant descendus à cinq heures et demie d'émissions américaines uniquement aux heures de grande écoute, et pourtant nos recettes n'ont jamais été aussi élevées. Nous avons prouvé que si nous réussissions à avoir un public d'un million de personnes ou plus pour nos émissions canadiennes, nous n'avions aucune difficulté à les vendre aux heures de grande écoute.

Nous avons donc confiance. Mais il est certain qu'on a des pertes quand on renonce à des émissions à grand public comme *Dallas*. Le chiffre exact dépend d'une quantité de choses. Il dépend aussi beaucoup de la qualité des émissions canadiennes qui seront diffusées à la place de ce produit américain. C'est cela qui est important.

M. Gormley: J'y venais. Quels sont les coûts de production intérieure que cela entraînera à votre avis? Si nous prenons ce manque à gagner et ces prévisions, et que nous le comparons aux quelque 36 millions de dollars dont vous parliez, la balance s'équilibre avec même, il faut l'espérer, un léger mieux. À votre avis, quel sera le coût de production des cinq heures et demie d'émissions supplémentaires par semaine qu'il faudra réaliser?

M. D. Harvey: Nous savons à combien s'élèveront ces coûts de production. La question est de savoir si nous disposerons de l'argent de Téléfilm pour toutes ces nouvelles réalisations et si nous paierons en fin de compte 20 à 30 p. 100 de ce coût, comme c'est le cas pour les projets actuels de Téléfilm. La question est de savoir si Téléfilm pourra nous financer tous les ans, et augmenter tous les ans son budget, car au fur et à mesure que nous allons augmenter nos réalisations indépendantes, il faudra évidemment que Téléfilm augmente sa mise pour suivre la nôtre.

Les choses dépendent donc en grande partie de ces coproductions dont nous parlons. Elles dépendent beaucoup de la situation de Téléfilm et de son budget. Naturellement elles dépendent aussi de notre manque à gagner qui est très difficile à évaluer pour l'instant.

M. Gormley: Les 23 millions de dollars provenant de la réaffectation de crédits pour les émissions régionales. . . Comme vous le savez, je viens de la zone rurale de la

[Text]

significant concern there about regional programming: fears that the evening local news, 11 p.m. block, will be lost, these kinds of concerns. What, at this early point, can you say you have precisely planned on how to redirect that \$23 million?

Mr. D. Harvey: First, we issued an edict that the supper hour will not be called the "supper-hour news show". This is the 6 p.m. to 7 p.m. news show in all our cities across the country. It is sacrosanct. It will not be touched. In fact, it will be given more funds.

The late-night news will continue to exist. Every city will have probably 10 or 12 minutes off the top of local news. We are going to redesign that higher. We are going to have a longer 11 p.m. to 12 p.m. hour, but every station will still have a local newscast off the top.

Every major station will still have a half-hour current affairs show once a week, which it now has. Most of them do two half-hours a week now. We are removing one, and those funds will be redirected into the production of network programs in the regions. They will continue to do special events, but they will give up what they now do. They now all make a few dramas locally that are seen only locally. That kind of thing will go. But the \$23 million of regional money we in effect are taking away with one hand. . . we are giving them back \$28 million.

• 1200

In other words, it is \$5 million more than they are now spending on those programs we are eliminating. They will now have even more money to spend, but they will be spending them on programs for the network, which will be seen on the entire network. They will be created and produced in the various cities across the country.

Where they will be produced is very difficult to say. Eventually it comes down to where the best ideas come from; it is in effect a contest. Ivan will at some point decide whether Regina's idea is better than Saskatoon's or whether Halifax's is better than Vancouver's.

Mr. Gormley: I wanted to get back to again the appropriation of funding. You had referred to Telefilm Canada's share and having some reasonable estimate of an ongoing funding base that would be on an increasing curve. Could you supply us with some idea of hard dollars? What would you be looking at from Telefilm Canada in terms of a commitment, let us say, in the year 1991 or the first year of implementing this?

Mr. D. Harvey: Did we have a figure for it in the third year? I am not sure that I can remember if we did.

[Translation]

Saskatchewan, et nous sommes, bien sûr, très soucieux des émissions régionales: nous avons peur de perdre les informations locales du soir, le créneau de 11 heures du soir, ce genre de choses. Quel plan précis avez-vous pour l'instant pour la réorientation de ces 23 millions de dollars?

M. D. Harvey: Tout d'abord, nous avons décidé de ne pas remplacer les émissions de l'heure du dîner qui passent entre 18 heures et 19 heures dans toutes les villes de notre pays. C'est une émission sacro-sainte à laquelle nous ne toucherons pas. En fait, nous allons au contraire augmenter ses crédits.

Les informations de fin de soirée vont continuer à exister. Toutes les villes auront probablement 10 ou 12 minutes de supplément pour les informations locales. Nous allons remanier cela pour avoir plus de temps. Nous allons avoir une émission plus longue entre 23 heures et minuit, mais toutes les stations conserveront leur créneau pour diffuser un bulletin d'information locale.

Toutes les grandes stations conserveront une émission d'une demi-heure par semaine sur l'actualité, comme c'est le cas. La plupart d'entre elles ont deux émissions d'une demi-heure pour l'instant. Nous allons en supprimer une, et ces crédits seront réaffectés à la réalisation d'émissions pour le réseau dans les régions. Elles vont continuer à couvrir des événements spéciaux, mais elles abandonneront ce qu'elles font actuellement. Elles font toutes pour l'instant des émissions dramatiques qui ne sont diffusées que localement. Cela va disparaître. Mais en réalité, quand nous prenons 23 millions de dollars aux émissions régionales d'un côté. . . nous leur rendons 28 millions de dollars de l'autre.

Autrement dit, nous donnons à ces stations 5 millions de dollars de plus que ce qu'elles consacrent actuellement aux émissions que nous supprimons. Elles auront plus d'argent à dépenser, mais cet argent leur servira à acheter des émissions pour le réseau, qui passeront sur tout le réseau. Ces émissions seront réalisées et produites dans les diverses villes du pays.

Il est difficile de dire où. Tout dépendra de celui qui aura la meilleure idée; c'est un véritable concours. À un moment donné Ivan décidera si l'idée de Regina est meilleure que celle de Saskatoon ou si celle d'Halifax est meilleure que celle de Vancouver.

M. Gormley: J'aimerais en revenir au financement. Vous avez parlé de la part de Téléfilm et vous prévoyez une croissance régulière de votre financement. Pourriez-vous nous chiffrer cela concrètement? À votre avis, quelle serait la participation de Téléfilm Canada pour, disons, l'année 1991 ou la première année de mise en oeuvre de ce programme?

M. D. Harvey: Avions-nous un chiffre pour la troisième année? Je ne me souviens plus.

[Texte]

Ms McQueen: We said we would use all our share of Telefilm Canada money every year.

Mr. D. Harvey: It is currently \$22 million that Telefilm Canada has set aside for English television now. We are currently using this amount this year. I am not sure whether we have projected an annual... I think we have projected an annual inflation increase only for Telefilm Canada at the moment.

Mr. Gormley: You are using this \$22 million already. Obviously to increase by five and a half hours a week is going to require more than that. Have you any idea—

Mr. D. Harvey: A lot of co-productions that would not include Telefilm Canada. For instance, some of our co-productions with people in the U.S. are not with Telefilm Canada. We think there is far more co-production money out there, partly because this public broadcasting all over the world is being squeezed. BBC five years ago did not want to do co-productions. They wanted to do only what they wanted to do. Of course, every time you do a co-production, you sacrifice something of your indigenous product. BBC is now very interested in co-productions.

Mr. Gormley: Do you take an equity position in co-productions?

Mr. D. Harvey: No. In English television we rarely take an equity position. We primarily just pay what we call a licence fee.

Mr. Gormley: Yes. Thank you. I know that my colleagues have many questions. Thank you.

Ms McDonald: As a Toronto Member of Parliament, I do feel I have to begin by saying something about the vortex. Representing the riding of Broadview—Greenwood, my Greek constituents as well as my friends in the arts community would like members of the committee to understand the significance of the vortex in Greek mythology and Greek thought as the centre of creativity—not the swirling downward, but the bringing together of talent.

The Chairman: I hear dissent within the New Democratic ranks now. The polls have gone to their heads. Hubris is setting in.

An hon. member: You could not keep Dan Heap in line that long.

Ms McDonald: I will try to avoid missing committee meetings in the future.

The Greeks in my riding are also interested in justice—*evikia*. This committee is concerned not only with Toronto but also with the nation. We have heard horror stories and passionate cries from across the country from regions that feel they are not adequately represented in the network. I do want to focus a couple of questions.

[Traduction]

Mme McQueen: Nous avons dit que nous utiliserions notre part de l'argent de Téléfilm Canada tous les ans.

M. D. Harvey: Téléfilm Canada consacre actuellement 22 millions de dollars à la télévision anglaise. C'est le montant que nous utilisons cette année. Je ne sais pas si nous avons fait des prévisions annuelles... Je crois que nous avons prévu une augmentation annuelle correspondant à l'inflation uniquement pour Téléfilm Canada pour l'instant.

M. Gormley: Vous utilisez déjà ces 22 millions de dollars. De toute évidence, si vous augmentez votre programmation de cinq heures et demie par semaine, il va vous falloir plus d'argent. Avez-vous une idée...

M. D. Harvey: Beaucoup de coproductions se feraient indépendamment de Téléfilm Canada. Les coproductions que nous réalisons avec des Américains, par exemple, n'ont rien à voir avec Téléfilm Canada. Il y a actuellement beaucoup plus d'argent disponible pour les coproductions, en partie à cause des restrictions budgétaires imposées aux radios publiques dans le monde entier. Il y a cinq ans, la BBC ne voulait pas faire de coproductions, elle voulait faire uniquement ses propres émissions. Naturellement, chaque fois qu'on fait une coproduction, on sacrifie une partie de son originalité. Mais la BBC est maintenant beaucoup plus favorable aux coproductions.

M. Gormley: Investissez-vous vos capitaux propres dans les coproductions?

M. D. Harvey: Non. Il est rare que nous le fassions à la télévision anglaise. Nous nous contentons de payer ce qu'on appelle un droit de licence.

M. Gormley: Oui. Merci. Je sais que mes collègues ont beaucoup de questions à poser. Je vous remercie.

Mme McDonald: Puisque je viens de Toronto, je crois devoir faire une remarque sur le tourbillon. Dans ma circonscription de Broadview—Greenwood, mes électeurs grecs et tous mes amis du monde des arts souhaiteraient que les membres du Comité comprennent bien que dans la mythologie grecque et dans la pensée grecque le tourbillon représente le centre de la créativité, non pas l'engloutissement, mais au contraire la fusion des talents.

Le président: J'entends monter la contestation dans les rangs des néo-démocrates. Les sondages leur montent à la tête. L'hubris s'empare d'eux.

Une voix: Impossible de faire rester Dan Heap tranquille aussi longtemps.

Mme McDonald: J'essaierai d'éviter de rater les réunions du Comité à l'avenir.

Les Grecs de ma circonscription s'intéressent aussi à la justice—*tevikia*. Le Comité se préoccupe non seulement de Toronto, mais de l'ensemble de la nation. Nous avons entendu de toutes parts des histoires et des appels désespérés de régions qui s'estiment insuffisamment représentées dans le réseau. J'ai une ou deux questions bien précises à poser.

[Text]

I am in favour of a production centre. In the interests of justice, I would want to ensure that this is not going to result in freezing out the regions. I wonder what assurances you can give us that this is the case.

Mr. D. Harvey: If you looked at any typical CBC television station in the country, about 26% of the daily schedule is what we would call regional programming and about 74% therefore is what we call network programming.

I would like to remind you that, as I said in my presentation, a great deal of the network programming is produced outside Toronto. The percentage in those simple terms is 26% to 74%. Under this three-year plan, by 1990-91 the the regional content would grow from 26% to 42%.

Ms McDonald: You can justify that you are going to have more efficient production here, but it is not going to mean a freezing out.

Mr. D. Harvey: There will not be any more production done in Toronto than we do now.

Ms McDonald: As for the regions, the \$23 million that going to expand to \$28 million certainly is encouraging. The notion of regions producing for national distribution is certainly one I think everyone in this committee would support. Certainly witnesses from the regions told us they did not want to talk only to their region but they wanted their region to be reflected across the country. We would be very sympathetic to that. I guess my question would be are there some regions that are not going to be able to compete adequately? Are there some regions that do not have enough of a production centre to be able to compete on a network basis?

• 1205

Mr. Fecan: What we are going to try to do is match the opportunities and the different shows that can be created with those opportunities, the talent base in each region. In Vancouver, for instance, there are a lot of writers, there are a lot of performers, there are many directors and producers. It makes sense that in Alberta and British Columbia there is going to be a lot more drama coming from there. Perhaps Saskatchewan might contribute a national kid's show. We are looking at one from Saskatchewan; we are looking for something out of Alberta, because there seems to be a great pool of talent there for a particular kind of thing. Oddly enough, Halifax, right now, is a hot bed of satirical late night humour; the CODCO group from Newfoundland, with some roots in Nova Scotia, are in our studios now doing 13 episodes of late night satire. There is a producer and a writer there who really have a wonderful idea for a kid's puppet show that we like a lot, that we would like to see done.

[Translation]

Je suis favorable à un centre de production. Dans l'intérêt de la justice, je ne voudrais pas que cela entraîne un gel des régions. Pouvez-vous m'en donner l'assurance?

M. D. Harvey: Si vous prenez n'importe quelle station typique de télévision de Radio-Canada au pays, vous constaterez qu'environ 26 p. 100 de la programmation quotidienne sont consacrés à ce que nous appelons des émissions régionales et environ 74 p. 100 par conséquent à des émissions du réseau.

Je vous rappelle, comme je le disais dans mon exposé, qu'une grande partie des émissions du réseau sont réalisées en dehors de Toronto. Disons simplement que le pourcentage est de 26 et de 74 p. 100. Avec notre plan triennal, d'ici 1990-1991, le contenu régional passerait de 26 à 42 p. 100.

Mme McDonald: Vous pouvez nous garantir que vous allez accroître l'efficacité de vos réalisations sans entraîner un gel.

M. D. Harvey: Nous ne réaliserons pas plus d'émissions qu'actuellement à Toronto.

Mme McDonald: Pour ce qui est des régions, il est encourageant de voir qu'on va passer de 23 millions à 28 millions de dollars. Je crois que tous les membres du Comité se réjouissent de l'idée que les régions puissent réaliser des émissions à vocation nationale. Il est certain que les témoins de diverses régions nous ont dit qu'ils ne voulaient pas s'adresser simplement à leur région, mais qu'ils souhaitaient s'adresser à l'ensemble du pays. C'est donc une excellente idée. Je me demande cependant si certaines régions ne risquent pas d'être insuffisamment armées pour affronter la concurrence. Y a-t-il des régions qui sont sous-équipées pour être concurrentielles à l'échelle du réseau?

M. Fecan: Nous allons essayer d'harmoniser les possibilités et les diverses émissions que nous pourrions réaliser avec les possibilités et les talents de chaque région. À Vancouver, par exemple, il y a beaucoup d'écrivains, beaucoup d'acteurs, beaucoup de réalisateurs et de producteurs. Il est logique qu'en Alberta et en Colombie-Britannique il y ait une forte augmentation des dramatiques. La Saskatchewan pourrait peut-être concevoir une émission nationale pour les enfants. C'est quelque chose que nous envisageons; nous pensons à quelque chose pour l'Alberta, car il y a là-bas un ensemble de talents correspondant à un créneau bien précis. Chose curieuse, Halifax bouillonne actuellement d'idées d'émissions d'humour satirique pour le soir; le groupe CODCO de Terre-Neuve, qui a des racines en Nouvelle-Écosse, réalise actuellement 13 épisodes d'émissions satiriques de fin de soirée dans nos studios. Il y a là-bas un réalisateur et un écrivain qui ont une idée sensationnelle d'émission de marionnettes pour les enfants qui nous plaît énormément.

[Texte]

You have to start with a talent base in each area, and then try to match that—become a partner, and guide, direct, encourage, prod—

Ms McDonald: Let me ask you more precisely. Are there any production centres that might get frozen out of this process, will not be able to compete on a network basis, and so will miss out on these opportunities?

Mr. Fecan: I cannot honestly answer that question, because it really depends on the ideas these people bring forward. I would hope that most could contribute in some way. I would hope that all can contribute in some way.

Ms McDonald: If all of them had the technical facilities, if their idea gets accepted, they would have the wherewithal to do the work.

Mr. D. Harvey: Yes, with the limitation that some of our plants are pretty inadequate. Ivan mentioned that we are producing CODCO in Halifax. The Halifax facilities are pretty old also. But some of our places—Vancouver, Regina—are in good shape. Winnipeg is not, but we are looking at another broadcast centre in Winnipeg. But generally they have the facilities, although some of them are rather old.

It really comes back to the ideas. For instance, Ivan and I are going to Vancouver tomorrow. I am meeting with staffs in Vancouver, Calgary, and Edmonton in the next two days, and one of the things we will be telling them is the ideas must come from you; they must come from the people there; they are the creators, and the best ideas will win.

Ms McDonald: I would like to turn to a question on advertising. You repeat the intention to increase advertising spots. I wonder if you can be precise. Mr. Juneau at least held out the hope and talked about the desirability of having some shows without advertising and to reduce the interruption effect of some excellent drama you have done. The Howard Engel dramas, for example, were, for me, ruined by the break in the suspense. I wonder if you can be precise. Is there going to be any opportunity to get this really good quality Canadian programming without any interruption? Where are the news spots going to appear?

Mr. D. Harvey: I would say, Ms McDonald, that there is no chance that we can give you programs without commercial interruptions in the new future. The financial situation is such that there is just no way we can do it.

Up until about five years ago, a lot of our programs did not have commercials. Some of our better Sunday night dramas did not. Shows like *the fifth estate* and *The Nature of Things* had either none or very few. Frankly, the situation over the last three years has just forced us to increase the commercials so that we are now at the legal limit of 12 minutes in many of our programs. Some of them still are not, but there are really very few programs

[Traduction]

Il faut partir des talents existants dans les régions et essayer de les compléter en devenant un partenaire, en les guidant, en les dirigeant, en les encourageant, en les stimulant. . .

Mme McDonald: Soyons plus précis. Certains centres de production risquent-ils d'être complètement paralysés et d'être incapables d'affronter la concurrence à l'échelle du réseau, et par conséquent de passer à côté de ces possibilités?

M. Fecan: Honnêtement, je ne peux pas répondre à cette question, car cela dépend des idées que ces gens-là vont proposer. J'espère qu'ils en auront pour la plupart. J'espère que tous pourront apporter leur contribution.

Mme McDonald: S'ils avaient tous des installations techniques, si leurs idées étaient acceptées, on leur fournirait les moyens de faire le travail.

M. D. Harvey: Oui, excepté que certaines de nos installations laissent à désirer. Ivan a dit que nous mettons en scène CODCO à Halifax. Les installations de Halifax sont aussi assez désuètes. Mais il y en a, à Vancouver, à Regina par exemple, qui sont en bon état. Ce n'est pas le cas de Winnipeg, mais nous envisageons un nouveau centre de radiodiffusion à Winnipeg. Dans l'ensemble, les installations sont rares, encore que certaines soient assez désuètes.

Au fond, l'important, ce sont les idées. Par exemple, Ivan et moi, nous partons demain à Vancouver. Je vais rencontrer les équipes de Vancouver, de Calgary et d'Edmonton au cours des deux journées qui vont suivre, et nous allons leur dire que c'est à eux de trouver des idées, que ce sont eux les créateurs, et que ce sont les meilleures idées qui l'emporteront.

Mme McDonald: Passons à la publicité. Vous répétez que vous avez l'intention d'élargir les créneaux de publicité. Pourriez-vous être plus précis? M. Juneau nous a au moins laissé un peu d'espoir en disant qu'il était souhaitable de conserver certaines émissions sans publicité et d'éviter d'interrompre certaines des excellentes émissions que vous avez réalisées. J'ai trouvé par exemple que les interruptions anéantissaient complètement le suspense des émissions *Howard Engel*. Pourriez-vous être précis? Va-t-il être possible de regarder ces excellentes émissions canadiennes de bout en bout sans interruption pour de la publicité? Où allez-vous intégrer les nouvelles pauses publicitaires?

M. D. Harvey: Malheureusement, madame McDonald, je crois qu'il n'y a guère de chance que nous puissions vous offrir des émissions sans interruption publicitaire à l'avenir. Notre situation financière nous l'interdit.

Jusqu'à il y a environ cinq ans, il n'y avait pas de publicité dans une bonne partie de nos émissions. Il n'y en avait pas dans nos dramatiques du dimanche soir. Des émissions comme *The Fifth Estate* et *The Nature of Things* avaient très peu d'interruptions publicitaires ou pas du tout. Mais franchement, ces trois dernières années, nous avons été obligés d'augmenter la place de la publicité et nous avons actuellement atteint la limite

[Text]

left that do not have commercials. *The National* is one; *Marketplace* is another; *Man Alive* is another, but very few other programs do not have commercials.

Ms McDonald: Are they going to go to commercials?

Mr. D. Harvey: It is possible. That decision has not been made yet, but it is possible.

Trina points out that for some of the specialized audience programs, such as ballets, operas, and classical music, we attempt to keep commercials out of them, but the pressures are such that it is very, very difficult not to move that way.

Mr. Fecan: Or to put corporate sponsors around them so the interruptions are minimized in those kinds of shows where the audiences may not be staggeringly high but there is a cultural importance and there is a reason for doing it. So you can go another way to try to sell commercial time.

• 1210

Ms McDonald: I would like to turn to a question on Telefilm, which you have explored already from Mr. Gormley's questions, but I wonder if you could just give us a bit more. Have you talked with Telefilm Canada about your need and their availability?

Mr. D. Harvey: Yes. As a matter of fact, we flew to Montreal on Friday to meet with the chairman of Telefilm and to tell him what we were doing and what was happening and what our needs are.

Ms McDonald: You are basically talking about stable funding, not an increase? Do you have reason to believe that at least you are going to get that?

Mr. D. Harvey: Yes.

Ms McDonald: Did you ask for an increase and they said no?

Mr. D. Harvey: I do not think the chairman of Telefilm can say whether the government is going to give Telefilm more money or not over the next few years. That is a question that I do not think anyone knows, unless somebody in government knows. So we at the moment are figuring in our own books that Telefilm will get some kind of an annual inflation increase.

But we have said to Telefilm that we will use every dollar available to us, which at the moment is up to 49% of the English fund, and that we would love more money and could use more money and could put it to work immediately in the independent sector if we had it.

Mr. Caldwell: Mr. Harvey, Mr. Fecan, and Ms McQueen, it is good to see you here once again. I have a couple of items I would like to clean up that resulted

[Translation]

légale de 12 minutes dans une bonne partie de nos émissions. Pas dans toutes, mais il ne nous reste en fait que très peu d'émissions sans interruptions publicitaires. Il y a *The National*, *Market Place*, *Man Alive*, mais en dehors de cela, il y a très, très peu de choses.

Mme McDonald: Et là aussi, vous allez passer de la publicité?

M. D. Harvey: C'est possible. La décision n'a pas encore été prise, mais c'est possible.

Trina me fait remarquer que nous essayons d'éviter la publicité dans des émissions qui s'adressent à un public spécialisé, par exemple les ballets, l'opéra et la musique classique, mais que nous subissons de telles pressions qu'il est très difficile de ne pas accepter la publicité.

M. Fecan: Ou de ne pas accepter le parrainage de sociétés de façon à minimiser les interruptions dans ce genre de spectacles qui ne s'adressent pas à un public très important, mais qui ont une grande importance culturelle et qui ont donc leur justification. On peut donc essayer de vendre différemment du temps de publicité.

Mme McDonald: J'aimerais maintenant vous poser une question au sujet de Téléfilm, dont vous avez déjà parlé tout à l'heure avec M. Gormley. J'aimerais savoir, plus précisément, si vous avez discuté avec cette société de vos besoins et de sa capacité de les satisfaire?

M. D. Harvey: Oui, et justement, je suis allé vendredi à Montréal pour rencontrer le président de Téléfilm pour lui en parler.

Mme McDonald: Je suppose que vous voulez surtout parler d'un financement régulier, et non pas d'une augmentation? Avez-vous de bonnes raisons de croire que vous allez au moins obtenir cela?

M. D. Harvey: Oui.

Mme McDonald: Lui avez-vous demandé une augmentation qu'il a refusée?

M. D. Harvey: Je ne pense pas que le président de Téléfilm soit en mesure de me dire si le gouvernement va augmenter le budget de sa société au cours des prochaines années. Nul ne le sait, sauf peut-être un membre du gouvernement. En ce qui concerne notre propre planification financière, nous supposons donc pour l'instant que Téléfilm recevra une augmentation correspondant à peu près au taux d'inflation.

Nous avons dit au président de Téléfilm que nous utiliserons tous les crédits mis à notre disposition, qui représentent pour l'instant 49 p. 100 du budget du réseau anglais, mais que nous avons besoin de crédits supplémentaires pour le secteur des producteurs indépendants.

M. Caldwell: Monsieur Harvey, monsieur Fecan et madame McQueen, je suis ravi de vous revoir aujourd'hui. J'aimerais revenir brièvement sur certaines

[Texte]

from some of the other questions. Are you considering putting commercials into the newscasts?

Mr. D. Harvey: We now have commercials in all our supper-hour newscasts across the country and have had for years.

Mr. Caldwell: I realize that.

Mr. D. Harvey: The only one that still does not have them is *The National*. *The Journal* has commercials; *The National* does not. It is something that, yes, we are considering. The decision has not been made.

Mr. Caldwell: I appreciate what you said before about CBC Enterprises, that it is not necessarily under your hailiwick; but we had witnesses yesterday from the Canadian Film and Television Association who were quite critical of CBC Enterprises and the \$8-million deficit. They said that program departments were being asked to give part of their budgets to cover the loss. Is that right?

Mr. D. Harvey: When it was realized that CBC Enterprises was losing money, our corporate headquarters had to find that loss of \$8 million. There is no slush fund left in Ottawa any more. We budget every cent we have. So the head office had to find \$8 million. What they did was spread it over the entire corporation. We in television got a percentage of that. So did radio; so did staff areas. Everybody had to take a percentage of that \$8-million cut.

Mr. Caldwell: So indirectly it certainly had an effect on programming.

Mr. D. Harvey: Yes.

Mr. Caldwell: You have touched briefly on Telefilm. I am going to ask you about both Telefilm and the reduction in the tax benefits that the government introduced. CTV said yesterday that the government introduced a reduction to tax benefits to Canadians who invest in Canadian productions. They said:

We are aware of 70 hours of feature films and mini-series previously committed to by CTV which are now unable to proceed, series projects planned for next season which cannot proceed because of that.

Has the change in the tax ruling affected you as far as getting feature films done is concerned?

Mr. D. Harvey: This is the capital cost allowance. Yes. Ivan, can you be specific about it?

Mr. Fecan: I cannot be as specific as the CTV figures, but I think it is safe to say it will not help us. The combination of the CCA and the crisis in Telefilm has created an atmosphere of uncertainty, and it is the

[Traduction]

des questions qui ont déjà été posées. Envisagez-vous d'intercaler des messages publicitaires dans les bulletins de nouvelles?

M. D. Harvey: Nous le faisons déjà, depuis plusieurs années, pour nos bulletins de nouvelles de 18 heures, et ce, dans tout le Canada.

M. Caldwell: Je le sais bien.

M. D. Harvey: La seule exception est *The National*, contrairement à *The Journal* qui, lui, est entrecoupé de messages publicitaires. C'est une possibilité que nous envisageons, en effet, mais aucune décision n'a encore été prise.

M. Caldwell: Vous avez dit tout à l'heure, à juste titre d'ailleurs, que *CBC Enterprises* ne relève pas vraiment de vous; mais des représentants de l'Association canadienne de cinéma-télévision ont fortement critiqué hier *CBC Enterprises* et le déficit de 8 millions de dollars. Ils nous ont dit qu'on avait décidé de puiser dans les budgets des différents services de programmation pour éponger ce déficit. C'est vrai?

M. D. Harvey: Quand on s'est rendu compte que *CBC Enterprises* faisait des pertes, le siège social a dû trouver 8 millions de dollars pour éponger ce déficit. De nos jours, il n'y a plus de caisse noire à Ottawa. Nous devons affecter tous les crédits qui nous sont alloués. Il a donc fallu que le siège social trouve ces 8 millions de dollars, ce qu'il a fait en puisant dans les budgets de tous les services de la Société, y compris ceux de la télévision, de la radio et du personnel. Tout le monde a donc été touché par cette perte de 8 millions de dollars.

M. Caldwell: Donc, indirectement, cela a eu un effet sur la programmation.

M. D. Harvey: Oui.

M. Caldwell: Vous avez parlé brièvement de Téléfilm, mais j'aimerais que nous en reparlions ainsi que de la réduction des déductions fiscales telle que la propose le gouvernement. Hier, les représentants de CTV nous ont dit que le gouvernement se proposait de réduire les déductions fiscales dont peuvent bénéficier les Canadiens qui investissent dans la production d'émissions canadiennes. Ils nous ont dit en l'occurrence:

Nous savons d'ores et déjà que CTV ne pourra pas réaliser les 70 heures de longs métrages et de feuilletons qu'elle avait prévues, ainsi que les projets envisagés pour la saison prochaine, à cause de cette réduction.

En ce qui vous concerne, cette nouvelle mesure fiscale a-t-elle eu une incidence sur la production des longs métrages?

M. D. Harvey: Vous voulez parler de la réduction de la déduction pour amortissement. Elle en a eu. Ivan, pouvez-vous nous en parler?

M. Fecan: Je ne pourrais pas vous donner des chiffres aussi précis que ceux de CTV, mais je peux déjà vous dire que cette réduction ne sera certainement pas positive. Conjuguées à la DPA, les difficultés de Téléfilm ont

[Text]

stability that I think everyone yearns for the most, so you know, going in, what the rules are, you can plan for it, you can execute based on a given set of rules.

It is very difficult to distinguish between what might be caused by CCA, what might be caused by Telefilm, and what might be caused by the stock market crash a few weeks ago.

Mr. Caldwell: I think, Mr. Harvey, you mentioned your meeting with the president of Telefilm this Friday. Am I correct?

Mr. D. Harvey: We met last Friday.

Mr. Caldwell: We will be interested to find out what you found out from him, because we understand that Telefilm management, according to CTV, because of the problems they are having there... that four major projects planned for CTV basically are in jeopardy. How many programs for the CBC are in jeopardy because of the problems with Telefilm?

• 1215

Mr. D. Harvey: The difficulty at the moment is to get final accurate figures from the Telefilm people. There is a great deal of confusion. They have had a great many staff members leave over the last six months, so they do not have much continuity in staff at the moment. Our figures do not agree with a lot of their figures. We need another two weeks or so to clean it up.

There is no question that there are a number of projects in jeopardy. Certainly our half-hour dramas, which were being done in the regions across the country, at the moment are in jeopardy. Some children's shows—

Mr. Fecan: A continuation of *Raccoons* is in jeopardy. *Blizzard Island*, the puppet show we were talking about in Halifax, is in jeopardy. Several of our movies of the week are in jeopardy. Our entire development slate for next year is in jeopardy. I do not know whether this is a red alert or a yellow alert, because we just do not have the facts to discern how much money is left and how much of it can be moved. We are working with them to try to find out.

Mr. Caldwell: Did the chairman give you the reasons for the problem when you met with him last Friday?

Mrs. Finestone: Tell it like it is.

Mr. D. Harvey: Obviously these meetings are to some extent private. They are meetings between two people trying to make a business deal, so it is a little awkward to answer your question directly.

[Translation]

suscité un climat d'incertitude, alors que tout le monde recherche avant tout la stabilité, car il faut connaître les règles avant de pouvoir planifier et exécuter vos projets en conséquence.

Il est très difficile de déterminer précisément ce qui a été provoqué par la DPA et ce qui l'a été par les difficultés de Téléfilm, ou même encore par l'effondrement des marchés boursiers il y a quelques semaines.

M. Caldwell: Vous nous avez parlé tout à l'heure de votre rencontre avec le président de Téléfilm, vendredi prochain. C'est bien cela?

M. D. Harvey: Vendredi dernier.

M. Caldwell: Nous aimerions bien savoir ce qu'il vous a dit, car nous avons appris, par les représentants de CTV, que la direction de Téléfilm avait décidé, étant donné les graves problèmes qu'elle connaissait, de ne pas financer quatre projets importants de CTV. Combien d'émissions de CBC sont-elles compromises par les difficultés que connaît Téléfilm?

M. D. Harvey: Pour l'instant, le plus difficile est d'obtenir des chiffres précis auprès de Téléfilm, car c'est la confusion la plus totale. Bon nombre d'employés ont quitté la société au cours des six derniers mois, et il y a donc, pour l'instant, un problème de continuité. Nos chiffres ne correspondent pas aux leurs. Il nous faudra donc encore au moins deux semaines pour tirer la situation au clair.

Il est évident qu'un certain nombre de projets sont actuellement compromis, et c'est le cas notamment de nos émissions dramatiques d'une demi-heure qui étaient réalisées dans les régions. C'est le cas également de certaines émissions enfantines...

M. Fecan: On ne pense pas pouvoir continuer le tournage de *Raccoons* et de *Blizzard Island*, cette émission de marionnettes dont nous parlions à Halifax. Sont aussi compromis plusieurs films de la semaine et, en un mot, tous nos projets de l'année prochaine. Je ne sais pas si la situation est vraiment grave ou s'il s'agit simplement d'un avertissement, en quelque sorte, étant donné que nous ne savons pas exactement combien d'argent il reste et de combien nous pouvons disposer. C'est ce que nous essayons de savoir.

M. Caldwell: Le président vous a-t-il expliqué ce qui avait causé ce problème, lorsque vous l'avez rencontré vendredi dernier?

Mme Finestone: Dites la vérité.

M. D. Harvey: Vous comprendrez que ce genre de réunion est plutôt de nature confidentielle, puisque nous essayons tous deux de conclure une transaction; par conséquent, il m'est très difficile de répondre à votre question.

[Texte]

Mrs. Finestone: Mr. O'Brien was having "Siroisis" of the liver yesterday, so you can have whatever you want today.

Mr. D. Harvey: I would suggest you call the Telefilm people before this parliamentary committee.

Mrs. Finestone: They have been.

Mr. D. Harvey: I cannot answer for Telefilm Canada. There is some confusion regarding the rollover of funds that they were committed to last year. They have rolled over and taken some of our funding this year. There is also some confusion over the percentages of the budgets that Telefilm has put forth on a number of projects.

Mr. Caldwell: I think there is an understanding that Telefilm Canada might appear before this committee. However, we may very well have one of your people before us to explain.

Mr. Fecan, with regard to the Telefilm projects, were these signed contracts committed to these programs?

Mr. Fecan: Many of the ones that we are describing in jeopardy were things which started out as development contracts with options to go into production, presuming that creatively they were sound. They are creatively sound and we are now ready to go into production. Those are the ones that are causing us some grief right now.

Mr. Caldwell: Mr. Harvey, I understand you have a background in sports. How are the CFL ratings this year?

Mr. D. Harvey: They are up slightly.

Mr. Caldwell: I presume the ratings are down in Montreal.

Mr. D. Harvey: Well...

Mrs. Finestone: I would like to clear up a few loose ends that are hanging here. On the regional programming, which you are going to increase from the network perspective, are you increasing the half-hour slot? Are you increasing the time slot, never mind the access to material from regional production?

Mr. D. Harvey: There will be more time slots for those productions.

Mrs. Finestone: What is the time slot going to be?

Mr. D. Harvey: It is going to be the five and a half hours that are now occupied by the U.S. programs. Those five and a half hours are all between 7 p.m. 11 p.m. However, the regions will also be asked to do specialty programming for Saturday and Sunday afternoons and some children's programs for Saturday and Sunday mornings. We are going to add children's programs to the two weekend mornings, so the regions will be producing

[Traduction]

Mme Finestone: Hier, M. O'Brien avait une «Siroise» du foie, alors aujourd'hui, vous pouvez nous donner l'excuse que vous voulez.

M. D. Harvey: Je vous conseille tout simplement de convoquer les représentants de Téléfilm devant votre Comité parlementaire.

Mme Finestone: C'est déjà fait.

M. D. Harvey: Je ne peux pas répondre au nom de Téléfilm Canada. Nous ne savons pas exactement ce qu'il en est des reports de fonds engagés l'année dernière. Ces reports ont été faits et Téléfilm a puisé dans notre budget de cette année. Nous ne savons pas non plus dans quelle mesure les ponctions effectuées par Téléfilm auront une incidence sur les budgets d'un certain nombre de projets.

M. Caldwell: Puisqu'il semble être convenu que les représentants de Téléfilm Canada comparaitront devant notre Comité, j'aimerais quand même que l'un d'entre vous nous explique tout cela.

Monsieur Fecan, en ce qui concerne les projets de Téléfilm, les contrats relatifs à ces programmes étaient-ils signés?

M. Fecan: La plupart des projets aujourd'hui compromis avaient commencé par la signature d'un contrat de préparation, avec option de production si l'idée était suffisamment bonne. Or, ces projets sont suffisamment bons et nous sommes maintenant prêts à passer à l'étape de la production. Ce sont donc ces projets qui nous chagrinent le plus.

M. Caldwell: Monsieur Harvey, je crois que vous vous y connaissez assez bien en sports. Quelles sont les cotes d'écoute de la LCF cette année?

M. D. Harvey: Un peu meilleures.

M. Caldwell: Mais pas à Montréal, je suppose.

M. D. Harvey: Eh bien...

Mme Finestone: Permettez-moi de vous demander quelques petits détails qui nous manquent encore. En ce qui concerne la programmation régionale, que vous avez l'intention d'augmenter dans l'ensemble du réseau, allez-vous vous contenter d'allonger le créneau d'une demi-heure, sans chercher à utiliser davantage de productions régionales?

M. D. Harvey: Nous allons augmenter le temps d'écoute réservé à ces productions.

Mme Finestone: De combien?

M. D. Harvey: Des cinq heures et demie qui sont actuellement occupées par des émissions américaines. Tous ces créneaux se situent entre 19 heures et 23 heures. Toutefois, les régions devront prévoir des émissions spéciales les samedis et dimanches après-midi et des émissions enfantines les samedis et dimanches matins. Nous allons augmenter le nombre d'émissions enfantines diffusées les samedis et dimanches matins, et les régions

[Text]

some of those. They will also be producing specialty programs and some drama programs.

Mrs. Finestone: Have you done any research that would indicate the prime-time hours for children's programs?

Mr. D. Harvey: I am not sure of the question, Mrs. Finestone.

• 1220

Mrs. Finestone: TVOntario says that they find 6 p.m. to be the prime children's viewing hour. Have you had any indication that that is the main viewing hour for the children's programs?

Mr. Fecan: The demographics break out in different ways. If you are talking 2 p.m. to 11 p.m., I think prime time probably ends around 7.30 or 8 p.m. The biggest drop-off is around 8 p.m.; the teens go certainly through 9 or 9.30 p.m. I think the TVO audience they are talking about is probably pre-school or early public school.

Mrs. Finestone: In my world, at 7 p.m. children should be in bed or reading.

Let me move to the hearing-impaired. There have been complaints by the hearing impaired with respect to closed captioning. We have recommended an increase to 50%. I think that if we would move that far, it would be helpful. It seems to me that these 10 million Canadians ought to be able to know the news in this country. How much of your newscast is closed captioned?

Mr. D. Harvey: *The National* and *The Journal* are both closed captioned, and also our Saturday and Sunday night at 10 p.m. The 10 p.m. to 11 p.m. hour every night is closed captioned, and our Saturday and Sunday night news at 10 o'clock is also closed captioned.

Mrs. Finestone: How would you view the suggestion that there be open captioning, which would help not only the hearing impaired but also the illiterate. Many illiterates are uncomfortable about learning in public and may speak languages other than English or French. They evidently learn very well with the open caption.

Mr. D. Harvey: I am not sure I have any opinions on it. Does anyone? We have not done any research on it. It is a good question; I just do not know.

Mrs. Finestone: How would you respond to 100% Canadian content for all advertising shown on Canadian networks?

Mr. D. Harvey: I am not in that business, but I am a total nationalist. I believe it should be 100% Canadian. I am not sure what percent it is now.

[Translation]

devront en produire une partie. Elles devront également produire certaines émissions spéciales et certaines dramatiques.

Mme Finestone: Avez-vous fait des recherches pour savoir quelles sont les principales heures d'écoute des émissions enfantines?

M. D. Harvey: Je ne comprends pas très bien votre question, madame Finestone.

Mme Finestone: Selon TVOntario, c'est à 18 heures que les enfants regardent le plus la télévision. Avez-vous fait la même constatation?

M. Fecan: Les chiffres ne se répartissent pas tout à fait de la même façon. Entre 14 heures et 23 heures, la période d'écoute maximum se termine vers 19h30 ou 20 heures, surtout vers 20 heures. Les adolescents regardent sans doute jusqu'à 21 heures ou 21h30. L'auditoire dont parlait TVOntario était certainement composé de jeunes enfants.

Mme Finestone: Dans mon temps, les enfants devaient être au lit à 19 heures, où ils pouvaient lire parfois.

Passons maintenant au problème des malentendants. D'aucunes se plaignent de l'insuffisance du sous-titrage invisible. Nous en avons recommandé une augmentation de 50 p. 100, ce qui me semble tout à fait nécessaire. En effet, ces 10 millions de Canadiens devraient pouvoir suivre les nouvelles à la télévision. Quel pourcentage de vos bulletins de nouvelles sont actuellement sous-titrés pour les malentendants?

M. D. Harvey: Nous avons le sous-titrage invisible pour *The National* et *The Journal*, ainsi que pour les bulletins de 22 heures des samedis et dimanches. Donc, en résumé, nous avons le sous-titrage invisible pour le bulletin quotidien de 22 heures à 23 heures, ainsi que pour celui de 22 heures des samedis et dimanches.

Mme Finestone: Que diriez-vous d'un sous-titrage visible, qui s'adresserait non seulement aux malentendants mais aussi aux illettrés. Bon nombre de ces derniers hésitent à suivre des cours, et certains parlent des langues autres que l'anglais ou le français. Avec des sous-titres visibles, ils pourraient apprendre à lire très rapidement.

M. D. Harvey: Je ne sais que vous répondre. Nous n'avons pas fait d'étude là-dessus, mais c'est une bonne question.

Mme Finestone: Que diriez-vous si tous les messages publicitaires utilisés par les réseaux canadiens devaient avoir un contenu entièrement canadien?

M. D. Harvey: Cette question n'est pas de mon ressort, mais je peux vous dire que je suis nationaliste à tous crins. J'estime donc que les messages publicitaires devraient avoir un contenu entièrement canadien. Je ne sais pas quel en est le pourcentage à l'heure actuelle.

[Texte]

Mrs. Finestone: We are using U.S. rock stars for many of our advertising programs. There is marvellous talent right here. Why not build on it?

I have a complaint that struck me as rather ludicrous from the Quebec Farmers' Association and the Association of Quebec Anglophones. In the Pontiac county region, they receive Queen's Park news and Ontario news. They do not get *l'Assemblée nationale du Québec* or Montreal-based news. Similarly, Thunder Bay gets news from the Winnipeg house instead of Queen's Park. They are familiar with the problems of Manitoba but not Ontario. Is there some way these two serious problems can be met? I do think that one should be comfortable in one's own milieu.

Mr. D. Harvey: I do not know about the Quebec situation.

Mrs. Finestone: Would you look into it, please?

Mr. D. Harvey: Yes. The Thunder Bay region has been traditionally allied to Manitoba; people there tend to shop and travel to Manitoba. And there are some line problems there. I am sorry. I would have to look it up and find out what the problem is.

• 1225

Mrs. Finestone: Well, while they are very busy shopping and aligning themselves with Manitoba, that would mean they would be a little bit more comfortable with Minneapolis, etc. So one of our concerns is that they get Detroit news instead of news from the Midwest, and in the wrong time zone.

With respect to co-productions, before we move formally into Telefilm, we have heard from a number of the producers and directors that where you go into co-production—and you indicate that you have done co-productions and will continue to do co-productions with Disney, PBS, BBC and others—there is a change in focus and direction, and that not necessarily Canadian concepts, although having world values may well be of world class, there is an attenuation of some of the original concepts that would have to meet the co-production countries' views. Has that been your experience?

Mr. Fecan: I do not think it has been our experience totally, but it is the cost of money. I think the key is where it is developed. If we develop it here, and if we do not hide where it is made, as some others might from time to time, I think it is just fine.

Mrs. Finestone: If we were to say in terms of broadcasting policy, films shot in Canada. . . Street names

[Traduction]

Mme Finestone: Nous utilisons beaucoup de chanteurs américains dans nos émissions publicitaires, alors que nous avons énormément de talents chez nous. Pourquoi ne pas les exploiter?

J'ai reçu une plainte au sujet d'une situation qui me paraît parfaitement ridicule, de la part de la *Quebec Farmers' Association* et de l'*Association of Quebec Anglophones*. Dans le comté de Pontiac, ils reçoivent les nouvelles de Queen's Park et de l'Ontario. Par contre, ils ne reçoivent pas l'*Assemblée nationale du Québec* ou les nouvelles de Montréal. De même, Thunder Bay reçoit les nouvelles de l'Assemblée de Winnipeg et non celles de Queen's Park. Les habitants de cette ville connaissent donc les problèmes du Manitoba mais non ceux de l'Ontario. Y a-t-il moyen de résoudre ces deux problèmes, que j'estime importants, car je suis convaincue que chacun doit être à l'aise dans son propre milieu.

M. D. Harvey: Je ne connais pas la situation qui existe au Québec.

Mme Finestone: Dans ce cas, voulez-vous bien vous renseigner?

M. D. Harvey: Oui. Quant à la situation de Thunder Bay, cette région a toujours été rattachée au Manitoba, ses habitants se rendant fréquemment dans cette province pour faire des courses ou autres. Il y a aussi des problèmes de lignes de transmission. Malheureusement, je ne peux pas vous en dire davantage, il faudra que je vérifie pour savoir exactement en quoi consiste le problème.

Mme Finestone: Vous me dites qu'ils vont traditionnellement faire leurs courses au Manitoba et ont plus d'affinités avec cette province, cela veut donc dire qu'ils se sentent plus d'empathie avec Minneapolis par exemple. Nous préfererions encore qu'ils reçoivent les nouvelles du Midwest plutôt que celles de Detroit, qui n'est d'ailleurs dans le même fuseau horaire.

Avant de passer à Téléfilm, j'aimerais que nous parlions un peu des coproductions. Plusieurs producteurs et réalisateurs nous ont dit que lorsque vous faites de la coproduction, et vous avez dit que vous alliez continuer d'en faire avec Disney, PBS, la BBC et d'autres, il y a toujours un changement d'orientation, qui ne correspond pas nécessairement aux valeurs canadiennes. . . C'est peut-être bien beau d'avoir des valeurs internationales, mais il n'en reste pas moins que les idées de l'auteur sont généralement atténuées pour mieux correspondre aux idées et aux valeurs des pays participant à la coproduction. Avez-vous vécu ce genre d'expérience?

M. Fecan: Ce n'est pas toujours ce qui se passe, mais c'est le prix qu'il faut payer. Le facteur déterminant, ici, est le pays où sera tourné le film. Si nous le tournons au Canada et que nous n'en cachions pas l'origine, comme d'autres le font de temps à autre, cela me paraît tout à fait normal.

Mme Finestone: Si la politique sur la radiodiffusion précisait que les films tournés au Canada. . . Par exemple,

[Text]

stay as they are, based on our own laws and regulations, and if a street name is called McQueen Street, that is what it is called.

Mr. Fecan: I have some trouble with that for another reason. I understand where you are coming from, but I think you do have to give artists licence to create, and I do not know that a rule which would say they have to be factually accurate about where they shoot is right. I think it is more of a moral and an ethical question.

The Chairman: Where would you find Sesame Street?

Mrs. Finestone: Well, if we have one of those fictitious ones, I do not mind, but when they cross off Park Avenue and St. Laurent and they put other streets, I do not like that.

With respect to Telefilm, CTV met, as you did, with the Telefilm leadership. You are meeting with the Minister this Friday?

Mr. D. Harvey: The presidents are, yes.

Mrs. Finestone: All right. I am very interested to know if, number one, you could table with us the figures which were given to you from Telefilm as an addendum. Number two, CTV tells us that three of four of the projects that were listed on their sheets as being attributable to them are CBC productions, are not their productions, and that evidently the reporting mechanism was far from accurate. So I would appreciate it if you could share this with us, without jeopardizing your own position, at least to indicate the number of hours that were planned for and the number of hours that you were listed in receipt of, so we would have some idea.

In your plan to move, you mentioned something with respect to Telefilm funding and your own future look at what you would be doing to Canadianize or increase the Canadian content toward the 95% target, that you may often not be using Telefilm funds. Is it because of difficulty of access or because you do not need those funds? And could you tell me what 49% of the English-sector Telefilm funds means in cold, hard cash?

Mr. D. Harvey: This year it is \$22 million that we are using. No, we will be using every dollar of Telefilm money that is available to us. What I am saying is that the \$22 million will not be enough to do all the production we want in the independent sector. So we are going to have to do some without Telefilm money. We will use every dollar of Telefilm money we have, and currently this year that is \$22 million.

[Translation]

on pourrait exiger, dans nos propres lois et dans nos propres règlements, que le nom d'une rue reste le même, et que si une rue s'appelle la rue McQueen, on continue de l'appeler comme ça.

M. Fecan: Je ne suis pas tout à fait d'accord avec vous à ce sujet, et ce, pour une autre raison. Je comprends pourquoi vous faites cette observation, mais il faut que les artistes puissent donner libre cours à leur créativité, et je ne crois donc pas qu'il faille adopter un règlement les obligeant à être rigoureusement fidèles au texte original, sur le lieu du tournage. À mon avis, cela tient plus de la morale.

Le président: Où pourriez-vous trouver une rue Sesame?

Mme Finestone: Bien sûr, dans le cas d'une émission de pure fiction comme celle-là, cela ne me gêne pas, mais quand on rebaptise l'avenue Parc et la rue Saint-Laurent, cela ne me plait pas du tout.

En ce qui concerne Téléfilm, les représentants de CTV en ont eux aussi rencontré les dirigeants. Vous devez voir la ministre vendredi prochain?

M. D. Harvey: Les présidents, oui.

Mme Finestone: Bien. J'aimerais maintenant vous demander plusieurs choses. D'abord, pourriez-vous nous donner les chiffres que vous ont donnés les dirigeants de Téléfilm, afin que nous puissions les annexer à notre compte rendu? Deuxièmement, les représentants de CTV nous ont dit que trois des quatre projets qui figuraient sur leurs listes sont en fait des productions de CBC et non pas les leurs, et que cela prouve que le mécanisme de compilation n'était pas très exact. J'aimerais donc que vous nous disiez, dans la mesure du possible, combien d'heures d'émissions avaient été prévues et combien d'heures on vous avait attribuées sur ces listes, afin que nous en ayons une petite idée.

Tout à l'heure, vous avez parlé du financement de Téléfilm et de ce que vous avez l'intention de faire pour canadianiser, c'est-à-dire rapprocher le contenu canadien des émissions de l'objectif de 95 p. 100; vous avez dit aussi qu'il vous arrivait bien souvent de ne pas utiliser les crédits de Téléfilm. Est-ce parce qu'ils sont difficiles à obtenir ou parce que vous n'en avez pas besoin? De plus, pouvez-vous me dire ce que signifient, en dollars, ces 49 p. 100 des crédits de Téléfilm consacrés au secteur anglophone?

M. D. Harvey: Cette année, nous utilisons 22 millions de dollars, et nous avons l'intention d'utiliser tous les crédits que Téléfilm va mettre à notre disposition, et ce, jusqu'au dernier sou. Je veux dire par là que cette somme de 22 millions de dollars ne nous permettra pas de faire toutes les productions que nous voulons confier au secteur indépendant. Nous allons donc devoir en faire sans l'aide financière de Téléfilm. Par contre, nous avons l'intention d'utiliser tout l'argent de Téléfilm jusqu'au dernier sou, et cette année, ces crédits s'élèvent à 22 millions de dollars.

[Texte]

Mrs. Finestone: Thank you. You can write us if you would like. When you get Telefilm funding, does it come in a lump sum? Is it given to you over a period of years? How is it allocated? Telefilm seemed to indicate to us that it is not clear how much money they actually have available each year because they do not pay everything out in one shot. It is paid out over a period of years.

The Chairman: Perhaps we could ask you for a written response to that.

Mrs. Finestone: Thank you very much.

Le président: Monsieur Blackburn.

• 1230

M. Blackburn (Jonquière): À propos de l'augmentation de la programmation en provenance des régions, pensez-vous aux régions en termes de provinces ou en termes des diverses régions du pays?

Mr. D. Harvey: It is basically on production centres. We think of them as cities. We think of them as, yes, the Alberta region but the Alberta region has two production centres, Calgary and Edmonton. Some provinces have one. B.C. only has one production centre. So we tend to think in terms of the major production centres, which are basically the larger cities.

M. Blackburn (Jonquière): Donc, certaines de ces productions régionales seront réalisées par vos affiliés.

Mr. D. Harvey: Our affiliates do not make programs for CBC. Are there any exceptions?

Ms McQueen: They help us in the production of news and a couple of other things, but very few.

Mr. D. Harvey: I am sorry. Maybe there is a confusion in terms here. We have what we call owned and operated stations. They are the CBC stations. There are 18 of them. There are also our affiliated stations which are private stations which take a lot of our programming. But they do not produce programs for CBC other than, as Trina says, an occasional item in news. As Trina tells me, the French affiliates do produce programs for *Radio-Canada*.

M. Blackburn (Jonquière): Ce n'est pas le cas au réseau anglais. Quelle est votre position quant à l'implantation de Télé-Canada?

Mr. D. Harvey: Télé-Canada, is this TV Canada?

Mr. Blackburn (Jonquière): Oui.

Mr. D. Harvey: We in CBC are not in favour of TV Canada.

M. Blackburn (Jonquière): Ceci m'amène à la question des coûts de production. Certains témoins nous ont dit que la moyenne du coût de production des émissions françaises de Radio-Canada avait diminué au cours des dernières années, alors que la moyenne du coût de production des émissions anglaises avait presque doublé

[Traduction]

Mme Finestone: Merci. Si vous le voulez, vous pouvez fort bien nous envoyer des informations par écrit. Lorsque Téléfilm vous accorde des crédits, les verse-t-elle en une seule fois ou les étale-t-elle sur plusieurs années? Comment les répartit-elle? Les représentants de Téléfilm nous ont laissé entendre qu'ils ne savaient pas exactement de quelle somme ils disposaient chaque année car ils ne paient pas tout en une seule fois, mais plutôt sur plusieurs années.

Le président: Vous pourriez peut-être nous envoyer la réponse par écrit.

Mme Finestone: Merci beaucoup.

The Chairman: Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Regarding increasing regional programming, do you think of regions as provinces or as different areas of the country?

M. D. Harvey: Il s'agit essentiellement des centres de production. Pour nous, les régions sont des villes. Par exemple, l'Alberta constitue une région, mais elle a deux centres de production, à Calgary et à Edmonton. Certaines provinces en ont un. La Colombie-Britannique n'a qu'un centre de production. Nous avons coutume de penser aux grands centres de production, qui sont situés dans les grandes villes.

Mr. Blackburn (Jonquière): So some of these regional productions are made by your affiliates.

M. D. Harvey: Nos affiliés ne font pas d'émissions pour Radio-Canada. Y a-t-il des exceptions?

Mme McQueen: Ils nous aident à produire les nouvelles et quelques autres choses, mais très peu.

M. D. Harvey: Je regrette. Peut-être qu'on comprend mal les termes utilisés ici. Radio-Canada possède et exploite 18 stations. Nos stations affiliées sont privées, mais elles nous prennent beaucoup d'émissions. Mais elles n'en produisent pas pour nous, sauf quelques nouvelles, comme Trina l'a dit. Trina m'informe que les affiliés français produisent des émissions pour Radio-Canada.

Mr. Blackburn (Jonquière): Not on the English network. What is your position on implementing TVCanada?

M. D. Harvey: Est-ce la même chose que Télé-Canada?

M. Blackburn (Jonquière): Yes.

M. D. Harvey: Nous de Radio-Canada ne sommes pas en faveur de Télé-Canada.

Mr. Blackburn (Jonquière): This brings me to the question of production costs. Some witnesses have told us that the average production cost of CBC French programs decreased in the last few years, while the average production cost of English programs nearly doubled from 1979 to 1984. I am talking about the cost of producing

[Text]

de 1979 à 1984. Je parle du coût de production d'une heure d'émission. Est-ce que cette situation vous préoccupe? Voici les chiffres qu'on nous a donnés. En 1979, une heure de production française coûtait 19,000\$ et une heure de production anglaise coûtait 20,000\$. Cinq ans plus tard, une heure de production française coûtait quelque 18,000\$ et une heure de production anglaise coûtait 34,000\$. Est-ce que cette situation vous préoccupe ou y a-t-il, à votre avis, une erreur dans ces chiffres?

Mr. D. Harvey: I had never seen those figures until that session. My recollection is that they have been denied by Radio-Canada. I am not sure of that but my recollection is that those figures were denied as being inaccurate.

In our accounting procedures it is very difficult at times to tell exactly what the cost of a program is. Different accounting practices are applied in different parts of the corporation. Radio-Canada has had the same percentage budget increases over recent years as English Television. What they do with the money is up to the management of Radio-Canada, but they have had the same overall budget increases—no different.

M. Blackburn (Jonquière): Vous me dites qu'il est difficile de comptabiliser le coût de production d'une heure d'émission française par rapport au coût d'une heure d'émission anglaise. Je comprends qu'il y a peut-être certaines difficultés, mais cette réponse ne nous satisfait pas. Comment serons-nous en mesure de déterminer s'il y a une lacune importante si on n'est pas capable de nous donner des faits précis? Comment ferons-nous pour savoir si les francophones ont véritablement des émissions de qualité inférieure et s'il y a vraiment moins d'argent affecté au réseau français qu'au réseau anglais?

• 1235

Mr. D. Harvey: I would argue that Radio-Canada is not getting less money at the outset. It has the same percentage budget increases every year as we do. What the management of Radio-Canada does with them and what we in English television do with them are matters of the management process. But they get the same annual budget increases as we do.

There is a different style of production between French and English. We are much closer to the American method. Radio-Canada is much closer, I believe, to the European method. But the budget increases at the start of each year are the same. I do not know the French budget. I do not know what its programs cost. I know what my programs cost. We can table the cost of our programs, but I do not know how the French network breaks down the costs of its programs.

M. Blackburn (Jonquière): M'est-il permis de vous demander de faire l'exercice suivant? Combien coûte une heure de production chez vous, au réseau anglais, et combien coûte une heure de production au réseau français? Faites une ventilation semblable dans les deux

[Translation]

one hour of programming. Does this situation concern you? These are the figures we were given. In 1979, an hour of French production cost \$19,000 and an hour of English production cost \$20,000. Five years later, an hour of French production cost some \$18,000 and an hour of English production cost \$34,000. Does this situation concern you or do you think these figures are incorrect?

M. D. Harvey: Je n'avais jamais vu ces chiffres avant cette séance. Je crois savoir que Radio-Canada les a niés. Je n'en suis pas sûr, mais si je me rappelle bien, on les a niés comme étant inexacts.

Notre comptabilité ne nous permet pas d'établir toujours le coût exact d'une émission. Différents secteurs de la société utilisent différentes méthodes comptables. L'augmentation proportionnelle du budget de Radio-Canada est la même depuis quelques années que celle de la télévision anglaise. La direction de Radio-Canada décide quoi faire avec l'argent, mais elle a eu les mêmes augmentations du budget global—aucune différence.

Mr. Blackburn (Jonquière): You are telling me that it is hard to compare the cost of producing a one-hour French program with a one-hour English program. I understand that there may be some difficulties, but this answer does not satisfy us. How can we determine if there is a wide gap if we cannot be given specific facts? What will we do to find out if francophones really have lower quality programs and if less money is really assigned to the French network than to the English network?

M. D. Harvey: Je prétends que Radio-Canada ne reçoit pas moins d'argent au début. Son budget augmente du même pourcentage que le nôtre chaque année. Il incombe à la direction de chaque réseau de décider de l'usage qu'on fera de ces fonds. Mais le réseau français reçoit les mêmes hausses budgétaires annuelles que nous.

Le style de production de la télévision française est différent de celui de la télévision anglaise. Nous suivons beaucoup plus la méthode américaine. Radio-Canada est beaucoup plus près, je crois, de la méthode européenne. Mais les hausses budgétaires au début de l'année sont les mêmes. J'ignore le budget du service français. Je ne sais pas combien coûtent ses émissions, mais les miennes oui. Nous pouvons déposer les coûts de nos émissions, mais je ne sais pas comment le réseau français répartit les coûts de ses émissions.

Mr. Blackburn (Jonquière): May I ask you to do the following exercise? How much does an hour of production on your English network cost and how much does an hour of production cost on the French network? Make a similar breakdown for the two cases and come up

[Texte]

cas pour arriver à une différence juste. Les membres du Comité seront alors en mesure de porter un jugement.

Deuxièmement, quel est votre avis sur l'autonomie de Radio-Canada français et de Radio-Canada anglais? Comment percevez-vous cela? Croyez-vous qu'il est souhaitable qu'on fasse une distinction entre les deux?

Mr. D. Harvey: We can table our costs. I cannot table the French costs; you are going to have to get those from Radio-Canada. They are distinctive. They are different. I do not have a say in what Radiò-Canada does, and Radio-Canada does not have a say in what I do. They are very distinctive. They take a very different program approach from ours. We attempt to do programs together at times, and sometimes we do them very successfully. It is a different culture. It is a different language. They do different kinds of programs. They have had great success, as you know, with what they call *téléromans*. They have never been successful in English Canada, because English Canadians are used to the American model of situation comedy.

So they do different kinds of programs, and there is very much of a distinctive approach in the two networks. We do not do things because they do some things in some way, and they do not do things because we do them in some way.

M. Blackburn (Jonquière): Alors, vous êtes en faveur du principe de l'autonomie de ces deux boîtes, si je comprends bien votre commentaire. Je vous remercie.

Vous avez parlé d'un déficit de 8 millions de dollars des Entreprises Radio-Canada. Quelle proportion de ce déficit de 8 millions des Entreprises Radio-Canada est absorbée par le réseau français et quelle est celle absorbée par le réseau anglais?

Mr. D. Harvey: As I recall, it was done on a ratio basis: whatever percentage of the total corporation budget mine is, I got assessed that percentage of the \$8 million; Radio-Canada, with its percentage of the total corporation budget, got assessed the same percentage ratio. So it was done in a very fair way across the entire corporation.

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie beaucoup.

The Chairman: What percentage is your cost of the total, Mr. Harvey?

Mr. D. Harvey: The English television network budget is \$248 million. There is another \$106 million in regional English television. So if you are lumping all English television together, we have approximately \$350 million of a budget of \$1.2 billion, \$1.1 billion.

The Chairman: That is a lot of calculating to do. What did the CBC Enterprises exercise cost you?

Mr. D. Harvey: It was \$1.4 million.

The Chairman: Thank you. Just a couple of items for later response, if you would, Mr. Harvey. I think you

[Traduction]

with an accurate difference. The members of the committee will then be able to judge.

Secondly, how do you feel about Radio-Canada being independent from the English CBC? How do you see this? Do you believe it is desirable to separate the two?

M. D. Harvey: Nous pouvons déposer les chiffres sur nos coûts. Je ne peux pas le faire pour le réseau français; il vous faudra les obtenir de Radio-Canada, qui est une entité distincte et différente. Je ne participe pas à la direction de Radio-Canada et Radio-Canada ne participe pas à la direction chez nous. Les deux sont distincts. Leur façon de faire des émissions est très différente de la nôtre. Parfois, nous essayons de produire des émissions ensemble, et certaines d'entre elles sont très réussies. Il s'agit d'une culture et d'une langue différentes. Radio-Canada produit des émissions différentes. Elle connaît beaucoup de succès, comme vous le savez, avec les téléromans. Ceux-ci n'ont jamais été bien accueillis au Canada anglais, parce que les Canadiens anglais sont habitués au modèle américain de comédie de situation.

Elle produit différentes sortes d'émissions et l'approche des deux réseaux est très distincte. On n'emboîte pas le pas l'un à l'autre.

Mr. Blackburn (Jonquière): So you are in favour of having two independent outfits, if I understand your comment correctly. Thank you.

You mentioned an \$8 million deficit for CBC Enterprises. What proportion of this \$8 million deficit for CBC Enterprises is absorbed by the French network and what proportion by the English network?

M. D. Harvey: Si je me rappelle bien, on l'a fait au prorata, selon le pourcentage du budget total de la Société que représentent le réseau anglais et le réseau français. Donc, on l'a fait très équitablement dans tous les secteurs de la Société.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you very much.

Le président: Vos coûts représentent quel pourcentage du total, monsieur Harvey?

M. D. Harvey: Le budget du réseau de télévision anglaise est de 248 millions de dollars. Une autre somme de 106 millions de dollars est affectée à la télévision anglaise régionale. Donc, pour toute la télévision anglaise, nous avons un budget d'environ 350 millions de dollars sur un total de 1,1 ou 1,2 milliard de dollars.

Le président: Cela prend beaucoup de calculs. Combien avez-vous payé pour le déficit des entreprises de Radio-Canada?

M. D. Harvey: Il s'agit de 1,4 million de dollars.

Le président: Merci. J'ai quelques questions auxquelles vous pourrez répondre plus tard, monsieur Harvey. Je

[Text]

offered to Mr. Blackburn to table some information on production costs, and we will ask you to follow through with that. Also, I wonder if you would provide us with your detailed plan for Canadianizing the network; that is, the Project 1991 plan. That would be awfully helpful to us in our work.

Mr. D. Harvey: Yes.

Mr. Caldwell: Could I ask a supplementary on the last statement by Mr. Harvey? You said \$1.4 million was your share—for the English services division. I take it?

Mr. D. Harvey: Yes. That was network only.

Mr. Caldwell: Of the shortfall. Would that indicate the regions took the major brunt of the—

Mr. D. Harvey: No.

Mr. Caldwell: Who took it, then?

• 1240

Ms McQueen: Regional television, English, was \$600,000.

Mr. Caldwell: Okay. We are up to \$2 million. Who took the other—

Ms McQueen: Radio, French and English; television, French; the staff departments, RCI.

Mr. D. Harvey: As a matter of fact, we will have to get this information for you, but my recollection is that the staff areas and head office took a higher percentage of the cut. We always try to protect programs in these cuts. It is impossible because so much of our budget is programming, but I think we actually took a little less ratio on the four programming areas, French, English, radio and television, but I am sorry, we would have to look that up.

The Chairman: Thank you very much, Mr. Harvey and Mr. Fecan and Ms McQueen. You have given us a lot of help today and we are now approaching the phase of putting all this together and synthesizing it, which I guess is a great derived word, Ms McDonald. I just wanted to say that—

Mrs. Finestone: Why do we not go into Latin?

The Chairman: —I believe in *estatheos*, which relates to standing firm, and I stand firm on vortexes and maelstroms. Thank you very much, all three of you.

Mr. D. Harvey: Thank you, Mr. Chairman, and we wish you luck.

The Chairman: Thank you.

Mrs. Finestone: Do you think we should all get a medal for having to listen?

Some hon. members: Oh!

[Translation]

pense que vous avez offert à M. Blackburn de déposer des renseignements sur les coûts de production et nous vous demanderons d'y donner suite. Aussi, je me demande si vous nous fourniriez votre plan détaillé de canadianisation du réseau, c'est-à-dire le projet 1991. Cela nous aiderait énormément dans notre travail.

M. D. Harvey: Oui.

M. Caldwell: Puis-je poser une question supplémentaire au sujet de la dernière déclaration de M. Harvey? Vous avez dit que votre part était de 1.4 million de dollars—il s'agit de la division des services anglais, j'imagine?

M. D. Harvey: Oui. C'est pour le réseau seulement.

M. Caldwell: Sa part du déficit. Est-ce que cela veut dire que les régions ont assumé la plus grande partie de...

M. D. Harvey: Non.

M. Caldwell: Qui l'a assumée, alors?

Mme McQueen: Pour la télévision régionale anglaise, c'était 600,000\$.

M. Caldwell: Très bien. Cela fait deux millions de dollars. Et le reste...

Mme McQueen: La radio française et anglaise, la télévision française, les services internes, RCI.

M. D. Harvey: En fait, nous devons obtenir ces renseignements pour vous, mais si je me rappelle bien, les services internes et le siège social ont assumé une partie plus importante de la réduction. Nous essayons toujours de protéger les émissions en cas de compression budgétaire. Il est impossible de les épargner complètement, parce qu'une si grande partie de notre budget est consacrée aux émissions, mais je pense que les quatre services de programmation, la radio et la télévision françaises et anglaises, ont assumé une fraction plus faible du déficit, mais je devrais me renseigner là-dessus.

Le président: Merci beaucoup, messieurs Harvey et Fecan et madame McQueen. Vous nous avez été très utiles aujourd'hui, et nous approchons de l'étape où nous devons faire la synthèse de tout cela; «synthèse» est un mot d'origine étrangère, madame McDonald. Je voulais simplement dire...

Mme Finestone: Pourquoi ne pas parler latin?

Le président: ... que je crois à l'*estatheos*, qui veut dire tenir ferme, et je tiens ferme dans les tourbillons. Je vous remercie beaucoup, tous les trois.

M. D. Harvey: Merci, monsieur le président, et nous vous souhaitons bonne chance.

Le président: Merci.

Mme Finestone: Pensez-vous que nous devrions tous recevoir une médaille pour avoir à écouter?

Des voix: Oh!

[Texte]

The Chairman: I would like now to call the witnesses from the Association of Canadian Film and Television Producers led by Mr. Peter Mortimer. Mr. Mortimer, would you be kind enough to introduce your cohorts and then we will get on with it.

Mr. Peter Mortimer (Executive Vice-President, Association of Canadian Film and Television Producers): Thank you, Mr. Chairman. Good afternoon, ladies and gentlemen. I am joined today by a very distinguished group of our members: Mr. David Perlmutter, who is a financial consultant in the industry; Mr. Paul Saltzman of Sunrise Films and a producer of some distinction; Mr. Charles Falzon who is a producer, packager and distributor with Producers Group International; Mr. Les Harris, a producer and distributor with Canamedia Productions; Mr. Stephen Roth, producer and distributor with Alliance, and Mr. John Brunton, producer and distributor, I believe, also with Insight Films.

The Chairman: Mr. Mortimer, you lay a guilt trip on us whenever we meet Stephen Roth because we are mindful that there is still a task force report to deal with once we get past this one, if the world has not chewed it up in the meantime. Please go ahead, sir.

Mr. Mortimer: Thank you. We tried to match the distinction of your committee with our side of the table this afternoon.

• 1245

I would like to mention that we have tabled with you a rather longer document, and I hope you have all had a chance to look at that. We are really here to answer your questions on that. I just want to make a rather brief oral presentation.

The debate surrounding the revisions to the Broadcasting Act has provided an opportunity for all Canadians to examine the question of what kind of broadcasting we want from Canadian television. There are certain basic themes that seem to be emerging from this debate in a consistent manner. Canadians want programming that reflects their Canadian identity. They want to see the programming made in Canada, by Canadians, about Canadians, and they want it in prime time.

On the surface it would seem to be relatively simple to respond to this request. After all, this has been the mandate of the CBC virtually from its inception, and the CRTC clearly has the power to make appropriate levels of Canadian programming a condition of licence renewal for both public and private broadcasters.

As is too often the case, however, in reality it is not quite that simple. To be successful, Canadian programming must engage and satisfy audiences through being as visually exciting, interesting, and compelling as the American programs that currently dominate prime time. The Canadian programs must compete because

[Traduction]

Le président: C'est maintenant le tour des témoins de l'*Association of Canadian Film and Television Producers* dirigée par M. Peter Mortimer. Monsieur Mortimer, veuillez nous présenter vos collègues et puis nous allons poursuivre.

M. Peter Mortimer (vice-président exécutif, Association of Canadian Film and Television Producers): Merci, monsieur le président. Bonjour, mesdames et messieurs. Je suis accompagné aujourd'hui d'un groupe très distingué de nos membres: M. David Perlmutter, expert-conseil financier; M. Paul Saltzman de *Sunrise Films* et producteur distingué; M. Charles Falzon, producteur et distributeur chez *Producers Group International*; M. Les Harris, producteur et distributeur chez *Canamedia Productions*; M. Stephen Roth, producteur et distributeur chez Alliance; et M. John Brunton, producteur et distributeur, je crois, chez *Insight Films*.

Le président: Monsieur Mortimer, vous essayez de nous doner un sentiment de culpabilité chaque fois que nous rencontrons Stephen Roth parce que nous savons qu'il reste un autre rapport d'un groupe de travail à traiter après celui-ci, si on ne l'a pas déchié entre-temps. Allez-y, monsieur.

M. Mortimer: Merci. Nous avons essayé de faire venir des témoins dignes de vous.

Nous avons déposé un document plus long auprès du comité et j'espère que vous avez tous eu l'occasion de l'examiner. Nous sommes ici vraiment pour répondre à vos questions là-dessus. Je ne vais faire qu'un exposé assez bref.

Le débat relatif à la révision de la Loi sur la radiodiffusion a donné à tous les Canadiens l'occasion d'examiner la question de savoir ce qu'on veut de la télévision canadienne. Certaines constantes semblent se dégager de ce débat. Les Canadiens veulent que les émissions reflètent leur identité canadienne. Ils veulent voir des émissions faites au Canada, par des Canadiens, au sujet des Canadiens et ils veulent les voir aux heures de pointe.

De prime abord, on penserait qu'il serait assez facile de répondre à cette demande. Après tout, c'est le mandat de Radio-Canada depuis sa création, presque, et le CRTC est habilité à imposer un niveau approprié de programmation canadienne comme condition de renouvellement de licence pour les radiodiffuseurs tant publics que privés.

Comme c'est trop souvent le cas, cependant, la réalité n'est pas aussi simple. Pour réussir, les émissions canadiennes doivent attirer et satisfaire les téléspectateurs en étant aussi passionnantes, intéressantes et captivantes que les émissions américaines qui dominent actuellement les heures de grande écoute. Les émissions canadiennes

[Text]

advertisers regard programs as simply vehicles to carry their message to the largest possible audience, and the lower cost of licensing higher audience-rated American productions has hitherto made these programs the preferred choice of advertisers and broadcasters alike. This situation is now changing, in no small measure due to a growing sense of national pride and identity, together with government interventions through the CRTC and increased competition among broadcasters for audiences. Canadians want Canadian programming, but they are not interested in compromising their standards of quality of production in order to get it.

The independent production industry is certainly willing and able to respond to that demand, but the question arises of who is going to pay the cost. When a program is produced for the North American market, the proportion of costs applied to Canadian rights is quite affordable. However, when a program is produced, initially at least for the Canadian market, the total cost allocation is higher for the Canadian broadcaster.

This brings us to the basic challenge that we would like to address in our presentation, namely how can we finance the level and quality of Canadian programming that is required. The Canadian film and television industry finds itself in the paradoxical position today where the demand for its product is increasing at the same time the industry's ability to respond to that demand is being inhibited by changes to government tax policy.

There are three options for the funding of Canadian programming. The money can come from the government directly by way of support programs such as Telefilm. It could come from the broadcaster by way of increased licence fees, or it can come from the private investor who sees some opportunity of profit.

Government support is a very important aspect of funding of the increasing demand for Canadian productions. However, the expansion of government funding to meet the demand is problematic, both from the perspective of the increased burden it places on the already strained federal budget and the increased role the bureaucracy will necessarily have to play in determining specifically which programs receive funding at an increased level. Direct government support has a net cost to the treasury of 100¢ for each dollar; whereas CCA-related private investments cost only 29¢ per eligible dollar of investment and are therefore clearly less burdensome to the public purse.

The problem of increased licence fees relates directly to the economics of the Canadian broadcast industry. The case can and should be made that private broadcasters have not done as much as they should in funding the development of high quality, competitive Canadian programming. But it is a very long step from possible increased funding by private broadcasters for Canadian programming to the level that would be necessary to

[Translation]

doivent soutenir la concurrence parce que les annonceurs considèrent les émissions comme de simples moyens de transmission de leurs messages au plus grand auditoire possible et le coût inférieur de licence des productions américaines mieux cotées en a fait le choix préféré jusqu'ici, tant des annonceurs que des radiodiffuseurs. Cette situation change maintenant, en grande partie à cause d'un sentiment accru de fierté et d'identité nationales, ainsi que des interventions gouvernementales par l'entremise du CRTC, et de la concurrence plus vive que se livrent les radiodiffuseurs pour gagner la faveur des téléspectateurs. Les Canadiens veulent avoir des émissions canadiennes, mais ils ne veulent pas compromettre leurs normes de qualité de production pour les avoir.

Les producteurs indépendants sont certainement capables de répondre à la demande et veulent le faire, mais il s'agit de savoir qui paiera la note. Les coûts des droits canadiens d'une émission produite pour le marché nord-américain sont très abordables. Cependant, un radiodiffuseur canadien doit payer plus cher une émission produite exclusivement, au moins au début, pour le marché canadien.

Ceci nous amène au défi principal dont nous voudrions parler dans notre exposé, à savoir le financement des émissions canadiennes pour avoir la quantité et la qualité voulues. L'industrie canadienne du cinéma et de la télévision se trouve aujourd'hui dans la situation paradoxale où la demande de ses produits croît en même temps que sa capacité de répondre à cette demande est compromise par les modifications apportées à la politique fiscale du gouvernement.

Les émissions canadiennes peuvent se financer de trois façons. Le gouvernement les subventionne directement par le truchement de Téléfilm, par exemple. Le radiodiffuseur peut les payer au moyen de droits de licence accrus, ou l'investisseur privé peut le faire en vue d'en tirer profit.

Les subventions gouvernementales constituent un facteur très important du financement des productions canadiennes qui sont plus en demande. Cependant, l'expansion du financement gouvernemental pose des problèmes, tant du point de vue du fardeau accru que cela impose au budget fédéral déjà mal en point que du rôle accru que les fonctionnaires devront jouer pour décider des programmes qui bénéficieront d'un financement accru. Chaque dollar de subvention directe du gouvernement coûte 100c. net au Trésor, tandis que les placements privés jouissant de la déduction pour amortissement ne coûtent que 29c. par dollar admissible investi, ce qui est évidemment moins onéreux pour l'État.

L'augmentation des droits de licence touche directement la santé économique de l'industrie canadienne de la radiodiffusion. On peut prétendre, il faut le dire, que les radiodiffuseurs privés n'ont pas fait tout ce qu'ils devraient pour financer des émissions canadiennes compétitives de bonne qualité. Mais les radiodiffuseurs privés devraient augmenter de beaucoup leur financement des émissions canadiennes si on voulait

[Texte]

provide adequate budgets for Canadian programming. Canadian broadcasters currently maintain, and probably correctly, that on a per capita audience basis, they pay higher fees than any other broadcasters in the western world, and they must live with the reality that their income is determined by advertisers.

• 1250

Prior to the introduction of the white paper on June 18, private investors were increasingly supporting Canadian productions, in part because their investment qualified for the 100% capital cost allowance. We say in part because deductibility does not make a bad investment attractive.

With support from the private sector, the Canadian film and television industry has proven over time that it can produce quality products that are commercially successful in the North American market although investments in film and television productions are inherently high risk. Because the commercial acceptance of the product remains unknown until after the production is completed, Canadian investors today find the combination of strong pre-sales—which are generally in the region of 60% to 70% of costs—with a third party indication of their commercial attractiveness, together with the deductibility aspects of the investment, this level of risk is acceptable.

• 1255

The result has been a very substantial increase in private investment in film and television production over the past several years. The lowering of the rate of CCA from 100% to 30% as proposed in the white paper eliminates the balance between risks and reward at the time of investment, and effectively cuts off this source of funding. This leaves us once again with the dilemma of how to fund the increased level of Canadian production that is desired by government, viewers, and even by the broadcasters themselves.

We would like to make three specific recommendations that are incentives rather than regulations, and which will contribute both to an increased level of Canadian production and a stronger and more vital Canadian production industry.

First, advertisers who buy time on certified Canadian productions should be allowed a 150% write-off on the advertising time cost. This incentive will make Canadian productions more attractive from the scheduling and acquisitions perspectives of the private broadcaster. With this incentive in place the economic argument frequently made by private broadcasters as an excuse for not achieving desired levels of Canadian content would be substantially undercut. Indeed, the CRTC would be in a much stronger position to insist that commitments to Canadian broadcasting were met as a condition of licence extension. This incentive would permit the broadcaster to

[Traduction]

doter celles-ci d'un budget adéquat. Les radiodiffuseurs canadiens prétendent, probablement à juste titre, qu'ils paient plus cher par téléspectateur que tous les autres radiodiffuseurs de l'Occident et qu'ils doivent s'accommoder de la réalité que leur revenu est déterminé par les annonceurs.

Avant la présentation du livre blanc le 18 juin, les investisseurs privés étaient de plus en plus en faveur des productions canadiennes, grâce en partie à la déduction pour amortissement de 100 p. 100 à laquelle le placement était admissible. Nous disons «en partie» parce que la déductibilité en soi ne rend pas un mauvais placement attrayant.

Avec l'appui du secteur privé, l'industrie canadienne du film et de la télévision a prouvé au fil des ans qu'elle peut produire des émissions de qualité qui réussissent dans le marché nord-américain, même si les investissements dans ces productions comportent nécessairement un risque élevé. Puisqu'on ne sait jamais à l'avance si un produit donné sera accepté sur le marché, les investisseurs canadiens trouvent que les ventes préalables, qui paient généralement de 60 à 70 p. 100 des coûts, combinées avec l'avis d'un tiers quant à l'intérêt commercial et la déductibilité «de l'impôt», rend le niveau de risque acceptable.

Par conséquent, on a connu une hausse très marquée de l'investissement privé dans la production de films et d'émissions de télévision au cours des dernières années. En abaissant la déduction pour amortissement de 100 p. 100 à 30 p. 100, comme on le propose dans le livre blanc, on élimine l'équilibre entre risque et récompense au moment du placement, ce qui a pour effet de supprimer cette source de financement. Cela remet sur le tapis la question du financement d'une production canadienne accrue que souhaitent le gouvernement, les téléspectateurs et les radiodiffuseurs eux-mêmes.

Nous voudrions faire trois recommandations spécifiques sous forme d'encouragements plutôt que de règlements, qui contribueront à l'augmentation de la production canadienne et au renforcement et à la revitalisation de l'industrie canadienne de la production.

Premièrement, les annonceurs qui achètent du temps d'antenne pour des productions canadiennes admissibles devraient avoir le droit de déduire 150 p. 100 du coût de la publicité. Cette mesure rendra les productions canadiennes plus attrayantes aux radiodiffuseurs privés, du point de vue de l'horaire et de l'acquisition. Par ailleurs, ils ne pourraient plus faire valoir l'argument économique comme ils le font souvent en guise d'excuse pour ne pas atteindre les niveaux souhaités de contenu canadien. En effet, le CRTC serait beaucoup mieux placé pour exiger le respect des engagements concernant la radiodiffusion canadienne comme condition de

[Text]

charge more for advertising time in Canadian programs but still keep the net cost per million to the advertiser at acceptable levels.

Second, the mandate of the CBC should be amended to require that within a reasonable timeframe in-house CBC production be limited to news, sports, and current affairs programming. By contracting out all entertainment production, the CBC would still maintain creative control and discretion in terms of the product, just like U.S. networks. However, it would cause a very substantial increase in investments in independent Canadian production, and because this investment was taking place in the competitive marketplace, there are certain obvious efficiencies that could be realized. Not the least of these is of course the fact that CBC resources would be generating two to three times the volume of Canadian programming than is presently the case, given the current levels of Telefilm Canada financing and private financing.

Our final proposal would be a 100% capital cost allowance treatment for investment in the costs of acquiring distribution rights in Canadian productions for Canadian controlled distributors. This provision would substantially increase the capital base of Canadian distributors. In order to ensure that the incentive was having the desired effect, the capital cost allowance would be limited to those funds used to acquire the rights of certified Canadian productions.

The immediate impact of this provision will be felt primarily in the feature film industry, where it would allow Canadian controlled distributors to compete with their American competitors for the distribution rights to certified Canadian productions. However, if this provision were enacted in tandem with a decision to proceed with the often discussed contracting out of CBC's own distribution activities, the positive impact would embrace television programming distribution as well.

It is clear that there are competent and skilled Canadian-owned distribution companies in existence among whom the CBC could safely entrust the further exploitation of its own program inventory. Besides reducing the CBC's overall operational costs it is probable that profit-motivated private distributors would improve sales of such programming and be able to contribute more effectively to the development of new programs. This would allow Canadian producers an important source of funding for their product, a product sensitive to the demands and opportunities of the Canadian marketplace. Thank you.

Mr. Caldwell: Gentlemen, welcome. Yesterday we heard from the Canadian Film and Television Association and today we are hearing from the Association of Canadian Film and Television Producers. Why are there two groups? Can you not get along, or are you better than they are, or are they...? What is the reason for the two groups?

[Translation]

renouvellement de licence. Cette incitation permettrait aux radiodiffuseurs d'exiger plus pour la publicité diffusée dans le cadre d'émissions canadiennes, tout en maintenant le coût net par million pour l'annonceur à un niveau acceptable.

Deuxièmement, on devrait modifier le mandat de Radio-Canada de façon à ce qu'elle limite sa production aux nouvelles, aux sports et aux affaires publiques dans un délai raisonnable. En sous-traitant la production de toutes les émissions de divertissement, Radio-Canada maintiendrait le contrôle du produit livré et sa marge de manoeuvre, tout comme les réseaux américains. Néanmoins, l'investissement dans les productions canadiennes indépendantes augmenterait de beaucoup; grâce à la concurrence du marché, on pourra réaliser certaines économies. Chose importante, les ressources de Radio-Canada produiraient deux ou trois fois la quantité d'émissions canadiennes actuelles, étant donné le niveau de financement assuré par Téléfilm Canada et le secteur privé à l'heure actuelle.

Notre dernière proposition est de permettre une déduction pour amortissement de 100 p. 100 des coûts d'acquisition des droits de distribution des productions canadiennes dans le cas de distributeurs contrôlés par des Canadiens. Cette mesure augmenterait de beaucoup les fonds dont disposent les distributeurs canadiens. Pour que la mesure ait l'effet voulu, on limiterait la déduction pour amortissement à l'acquisition des droits des productions canadiennes admissibles.

Les conséquences de cette mesure se feront sentir d'abord chez les producteurs de longs métrages: elle permettrait aux distributeurs contrôlés par des Canadiens de concurrencer leurs rivaux américains pour les droits de distribution des productions canadiennes admissibles. Si cette mesure était prise en même temps que la décision de sous-traiter les activités de distribution de Radio-Canada, comme on en parle souvent, les avantages s'étendraient à la distribution des émissions de télévision aussi.

Il est évident qu'il existe des compagnies de distribution compétentes et capables, appartenant à des Canadiens et auxquelles Radio-Canada pourrait confier l'exploitation de ses propres émissions en toute sécurité. En même temps qu'une réduction des frais d'exploitation globaux de Radio-Canada, il est probable que les distributeurs privés, motivés par l'intérêt financier, accroîtraient les ventes de telles émissions et contribueraient davantage au développement de nouvelles émissions. Cela donnerait aux producteurs canadiens une source importante de financement et un produit sensible aux demandes et possibilités du marché canadien. Merci.

M. Caldwell: Bienvenue, messieurs. Hier, nous avons entendu l'Association canadienne de cinéma-télévision et aujourd'hui, nous entendons l'*Association of Canadian Film and Television Producers*. Pourquoi y a-t-il deux groupes? Vous ne vous entendez pas, leur êtes-vous supérieurs à moins que...? Pourquoi y a-t-il deux groupes?

[Texte]

[Traduction]

• 1300

Mr. Mortimer: In large measure there is a substantial overlap, but we believe we represent a different constituency. Our colleagues of the CFTA have a broader based industrial membership, making commercials and industrial films, as well as producers who make entertainment programming. Our organization represents entrepreneurially-minded producers who exclusively make entertainment programming, be it feature films or television. That is the distinction, such as it is, between the two associations.

Mr. Caldwell: I am not sure I understand it, but I will have to accept it.

Mrs. Finestone: They do not have *Howdy Doody Time*.

Mr. Mortimer: We do not represent anybody who owns post-production facilities or labs.

Mr. Caldwell: All right. So you have to take it to them to get the other stuff done, is that the idea?

Mr. Mortimer: I suppose so, yes.

Mr. Caldwell: So you are beholden to them.

Mr. Mortimer: No. We might hire some of their members. I do not know about beholden.

Mr. David Perlmutter (Financial Consultant, Association of Canadian Film and Television Producers): They need our product to make money.

Mr. Caldwell: You have made some suggestions how you think we should be funding Canadian films—creating more Canadian culture, I suppose, if that is what we are trying to do, and adding to the whole system. But one of the things that nobody talks about very much is the benefits to the economy of the film industry, the whole matter of the money spent by your industry.

Studies have been done in other sectors, and if I might use agriculture as an example, they say that the best way to improve the farm economy is to give the farmers direct subsidies, never mind tax breaks and all these kinds of things. If you want to improve the economy of a particular village in Saskatchewan or someplace where the farmers are having difficulty, you give them a direct subsidy. Never mind the tax write-offs and all these things, because that costs money to administer, to do those kinds of things. And basically, I would assume that you people spend the money you get.

Mr. Mortimer: Yes, that is correct.

Mr. Caldwell: I do not think anybody is hoarding great huge amounts of money in this particular business. Should we be looking at that rather than worrying about tax write-offs and all these different kinds of things? If the government gives a tax break, it is money they are not getting. For every winner there has to be a loser. So if we are giving somebody a tax write-off or a tax break, that is

M. Mortimer: Il y a bien sûr beaucoup de chevauchements, mais nous estimons que nous représentons une clientèle tout à fait différente. Les membres de l'ACCT sont répartis dans un plus grand nombre de branches de l'industrie, puisque certains produisent des films publicitaires et industriels tandis que d'autres produisent des films de divertissement. Par contre, notre Association représente des entrepreneurs qui produisent uniquement des films de divertissement, que ce soit de longs métrages ou des films pour la télévision. Voilà ce qui distingue essentiellement nos deux associations.

M. Caldwell: Je ne comprends toujours pas très bien, mais peu importe.

Mme Finestone: Ils n'ont pas d'émissions du genre *Howdy Doody Time*.

M. Mortimer: Aucun de nos membres ne possède d'installations ou de laboratoires de postproduction.

M. Caldwell: Bien. Vous devez donc leur apporter vos films pour que tout le reste soit fait, c'est bien cela?

M. Mortimer: C'est à peu près cela.

M. Caldwell: Vous dépendez donc de...

M. Mortimer: Non. Il nous arrive d'engager certains de leurs membres, mais nous ne dépendons pas de...

M. David Perlmutter (conseiller financier, Association of Canadian Film and Television Producers): Ils ont besoin de notre produit pour gagner de l'argent.

M. Caldwell: Vous avez fait plusieurs suggestions quant à la façon dont nous devrions financer les films canadiens, dans le but de développer la culture canadienne. Par contre, on ne parle pas beaucoup des retombées économiques de l'industrie cinématographique et de toutes les sommes investies par votre industrie.

Selon des études effectuées dans d'autres secteurs, et je vais prendre celui de l'agriculture comme exemple, il semble que la meilleure façon d'améliorer l'économie agricole est de donner aux agriculteurs des subventions directes, plutôt que des déductions fiscales et autres choses de ce genre. Ainsi, si vous voulez relancer l'économie d'un village de la Saskatchewan ou d'ailleurs, où les agriculteurs ont des difficultés, le meilleur moyen est de leur verser une subvention directe. Il faut oublier toutes ces déductions fiscales car cela coûte cher à administrer. En règle générale, je suppose que vous dépensez les sommes que vous touchez.

M. Mortimer: Oui.

M. Caldwell: Dans cette branche, personne ne doit thésauriser des sommes importantes. Pensez-vous que nous devrions envisager des subventions directes plutôt que des déductions fiscales? Si le gouvernement accorde des allègements fiscaux, pour lui, c'est un manque à gagner, car ce que l'on donne à l'un, on le prend à l'autre. Par conséquent, si nous accordons une déduction

[Text]

costing the treasury money we are not getting. It is the same thing. If a subsidy does more to the economy, why do we not go that way?

Mr. Mortimer: I would like, if I may, to ask Mr. Perlmutter to comment on that.

Mr. Perlmutter: In our longer brief it goes into somewhat more detail on exactly that issue, but let me try and summarize it. If a producer needs \$1 million to produce a film, other than the moneys he might be getting from third-party sources, such as Canadian licences and foreign sales, and the choice is either he is to get that million dollars from private investors because they are going to invest as a result of tax incentives or he is going to have to get that \$1 million from Telefilm or some other type of government subsidy, if he gets it from Telefilm there is \$1 million going out of the public purse, because dollar for dollar that is money coming out of the public purse. If he gets the \$1 million from a private investor, at the white paper rates the federal tax on the \$1 million that is saved is \$290,000; it is only 29%. There is a provincial aspect of 14% to 15%. The balance of it is actual money that the investor is putting up, at risk. He is putting that up at risk because he thinks he is going to be able to get money back from the licences and from other uses of the program.

If we are saying they both are going to provide \$1 million to the picture and therefore into the economy on wages and on labs and so on, the difference is that on a private investor with a tax incentive it only costs the public purse \$290,000, not \$1 million.

Mr. Caldwell: Let me follow that up. I know that probably the worst handlers of money are people in the arts and entertainment business.

Mr. Perlmutter: I think we would all take exception to that, sir.

Mr. Caldwell: I am not saying that; I am saying that the creative mind is not necessarily the financial mind.

Mr. Perlmutter: We have both in the industry.

Mr. Caldwell: Right. But has there been any study done as to the trickle-down effect, or the trickle-up effect, or whatever you want to call it, on a \$1 million investment in a movie? If you spend \$1 million on a movie, what does that generate in revenue in other areas?

Mr. Perlmutter: We have done those studies. I think Mr. Mortimer knows what the figures are.

[Translation]

fiscale à quelqu'un, cela représente un manque à gagner pour le Trésor public. Cela revient donc au même. Par contre, si une subvention est plus bénéfique pour l'économie, pourquoi n'optons-nous pas pour ce mécanisme?

M. Mortimer: Je vais demander à M. Perlmutter de vous répondre, si vous le voulez bien.

M. Perlmutter: Dans l'autre mémoire, nous examinons plus en détail toute cette question-là, et je vais essayer de résumer. Si, en plus de l'argent qu'il a pu trouver auprès d'autres sources comme les licences canadiennes et les ventes à l'étranger, un producteur a besoin de 1 million de dollars pour produire un film et qu'il ait le choix entre trouver cette somme auprès d'investisseurs privés qui vont être attirés par la déduction fiscale ou obtenir cette somme auprès de Téléfilm ou grâce à un autre programme de subventions du gouvernement, voici ce qui se passera: s'il obtient cette somme auprès de Téléfilm, c'est 1 million de dollars qui sortiront du Trésor public, soit 100 p. 100 de cette somme; par contre, s'il obtient ce million de dollars auprès d'un investisseur privé, la taxe fédérale sur cette somme qui n'est donc plus versée par le gouvernement est, selon les taux du Livre blanc, de 290,000\$, soit seulement 29 p. 100. Il faut également tenir compte des taxes provinciales de 14 à 15 p. 100. Le reste représente la somme réelle que l'investisseur va risquer. Or, s'il est prêt à courir ce risque, c'est parce qu'il pense qu'il va récupérer de l'argent des licences et des autres utilisations qui seront faites du film ou de l'émission en question.

Certes, quelle que soit la méthode choisie, c'est une somme de 1 million de dollars qui va être insufflée dans l'économie sous forme de salaires, de laboratoires, etc.; par contre, il y a une différence en ce sens que la déduction fiscale offerte à l'investisseur privé n'a coûté que 290,000\$ au Trésor public et pas un million de dollars.

M. Caldwell: Revenons un petit peu là-dessus. Ceux qui travaillent dans le secteur des arts et spectacles sont certainement les pires financiers.

M. Perlmutter: Nous ne sommes pas du tout d'accord avec vous, monsieur.

M. Caldwell: Ce n'est pas ce que je voulais dire, mais plutôt que les talents artistiques ne sont pas nécessairement associés à des talents financiers.

M. Perlmutter: Nous avons les deux dans l'industrie.

M. Caldwell: Vous avez raison. J'aimerais quand même savoir si on a fait des études sur l'effet de percolation d'un investissement de un million de dollars dans un film? En d'autres termes, si vous investissez un million de dollars dans un film, quels revenus cela va-t-il susciter dans d'autres secteurs?

M. Perlmutter: Nous avons fait des études de ce genre et M. Mortimer va vous en donner les chiffres.

[Texte]

[Traduction]

• 1305

Mr. Mortimer: Yes, there are studies that exist. I will be approximating the figures, but for example the leverage is typically identified as six to one for dollars spent into a local community. I think it is correct to say that on average—and my colleagues here can tell you better than I—a feature film on location drops about 60% of its budget on location. Let us ask Mr. Roth to answer.

Mr. Stephen Roth (Association of Canadian Film and Television Producers): We are really hitting at the core of the problem this industry faces. That is, it is a cultural industry and there are two terms there that are somewhat antithetical. On the one hand one can justify a government appropriation or government support on cultural grounds. We are talking about Canadian programming. In fact, since I walked into this room everything I have heard has essentially been cultural argument, including the CFL. I mean, the only reason to have the CFL ultimately is a cultural argument also. On the other hand, what I think we are trying to say is that we are an industry. We are not the Canada Council, we are not an arts organization, we are not there to produce cultural films that do not have audiences. We are there to produce films that represent Canada but are going to appeal to audiences who are prepared to pay to see them around the world. Therefore, what we are talking about to a very large extent, although not exclusively, is an industry. That is, the same as if we were manufacturing widgets.

Therefore I believe, and I think my colleagues share this, one does not build an industrial base by hand-outs. One does not build an industrial base by subsidies.

Mr. Caldwell: I guess the point, Mr. Roth, I am trying to make is exactly right in that when the government gives a subsidy to somebody to start a fish plant or start a widget plant we do not say that is culture, but when we get to your industry we keep talking about the cultural angle.

Mr. S. Roth: Because there is a double mandate. There are certain products that are required, there are certain things that are required. One of the things this task force I think made fairly clear was that in order to form the basis of an industry one requires a domestic marketplace in order to support that industry completely. There are some studies that have been done by UNESCO that show that your domestic marketplace requires approximately 100 million people. Canada does not have that. The Canadian distribution source is largely dominated, in fact virtually exclusively dominated, by the United States. Therefore we fundamentally do not have access to our own marketplace in the manner... which does not mean we cannot get our products shown there, but we cannot reap the benefits of that and therefore we cannot take that money and reinvest it in our own programming.

So government support is necessary. I think the basis of your question is should that be on a tax system or should

M. Mortimer: En effet, des études ont été faites sur ce sujet. Je vais vous donner des chiffres approximatifs. Pour ce qui est de l'effet de levier, par exemple, il est de six pour un en ce qui concerne les sommes dépensées dans une localité. En moyenne, on peut dire que la production d'un long métrage laisse à peu près 60 p. 100 de son budget sur le lieu du tournage. Permettez-moi de demander à M. Roth de compléter ma réponse.

M. Stephen Roth (Association of Canadian Film and Television Producers): Nous en arrivons au problème essentiel que connaît cette industrie. En effet, il s'agit d'une industrie culturelle, alors que les deux termes de cette expression sont presque aux antipodes l'un de l'autre. D'une part, on peut justifier l'aide du gouvernement par des motifs culturels. On parle ici d'émissions canadiennes, et depuis que je suis arrivé, je n'ai entendu pratiquement que des arguments culturels, y compris pour ce qui est de la LCF, car c'est finalement aussi pour des raisons culturelles que la ligue existe. D'autre part, on essaie de dire qu'il s'agit aussi d'une industrie, car nous ne sommes pas le Conseil des arts ou un organisme artistique, car nous devons produire des films culturels qui vont attirer des spectateurs. Nous avons donc pour mission de produire des films qui représentent le Canada mais qui doivent également attirer des spectateurs qui seront prêts à payer pour les voir, et ce, dans le monde entier. Par conséquent, ce dont il est question essentiellement, mais pas exclusivement, c'est de la rentabilité de nos entreprises, tout comme si nous fabriquions des bidules.

Je suis convaincu, tous mes collègues aussi d'ailleurs, qu'on n'établit pas de solides assises industrielles à coups de subventions.

M. Caldwell: Justement, monsieur Roth, lorsque le gouvernement accorde une subvention pour la création d'une usine de traitement du poisson, il n'est pas question de culture, mais, quand c'est le cas de votre industrie, on parle toujours de l'aspect culturel des choses.

M. S. Roth: Parce que notre vocation est double. Il y a certains produits, certaines choses qui sont nécessaires. L'une des choses que votre Comité a clairement soulignées, c'est que l'établissement d'une industrie solide nécessite l'existence d'un marché intérieur suffisant. Certaines études réalisées par l'UNESCO indiquent qu'un tel marché doit compter à peu près 100 millions de personnes. Or, le Canada n'en a pas autant. Les films distribués au Canada le sont pratiquement tous à partir des États-Unis, et c'est pour cela que nous n'avons pas vraiment accès à notre marché de façon... En d'autres termes, nous ne pouvons pas distribuer nous-mêmes nos films ici, de sorte que nous ne pouvons pas en récolter les bénéfices pour les réinvestir dans la production de nos propres émissions.

C'est la raison pour laquelle l'intervention du gouvernement est nécessaire. Si j'ai bien compris, vous

[Text]

that be on a subsidy system? I think the answer is that it should be both. I would be terrified if it were exclusively subsidy, because the nice thing about the tax base is that the tax base does relate it to marketplace. An investor is not going into a deal simply because it makes sense from a tax point of view. Instead of losing 100¢ on the dollar he will end up losing 65¢ on the dollar, but he is still going to lose.

Basically, I do not believe there is any substantial cost at all because an investor is only going to invest if he sees significant revenue guarantees, if he knows that in risking a dollar the worst thing that is going to happen is part of it is going to represent a tax saving, but the bulk of it is going to be guaranteed back to him in the form of revenue and when he receives that revenue he is going to pay taxes on it.

Mr. Caldwell: He is not worrying about the cultural end of it.

Mr. S. Roth: He is not particularly worried about the cultural end of it except that he can only invest in products that do have obviously Canadian certification. That is where you get your cultural thing. So the Canadian content is there in that sense.

The Chairman: Mr. Roth and Mr. Caldwell, I have been indulgent with the clock because I think we are getting somewhere with this. Ms McDonald.

Ms McDonald: I want to turn to another area of questioning. Do you favour the establishment of a third national English television network? What would be the effect on you as independent producers of this kind of reorganization?

Mr. Mortimer: I think our position, Ms McDonald, has been that if such a third network can be supported within the country, with the population base and the audience base and financially supported, whether it be publicly or privately, then we favour rather particularly the sort of model being used in England, the channel 4 model, rather than the suggestion made in the task force report for TV Canada.

• 1310

Ms McDonald: I was not thinking of either, but a regular commercial network such as the so-called independents regrouping.

Mr. Mortimer: We certainly find there is a shortage of screen time for our products, but I think inevitably the answer has to be conditioned by whether the market can support another private network. Global have indicated in the past the desire to become a national network, and we have been fundamentally supportive of that.

Ms McDonald: It is not an either/or that way. We do have independents out there, and they are not producing very much or purchasing very much from you people.

[Translation]

vous demandez si cette intervention devrait se faire par le truchement d'une déduction fiscale ou d'une subvention. Les deux, à mon avis. Ce serait dangereux de n'utiliser que des subventions, car l'avantage de tenir compte de l'assiette fiscale vient du fait que celle-ci correspond au marché. En effet, un investisseur ne va certainement pas décider d'investir simplement parce qu'il va économiser de l'impôt. Au lieu de perdre 100c. par dollar, il va finir par perdre 65c. par dollar, et par conséquent, il perdra toujours quelque chose.

Au fond, je ne pense pas que cela représente un coût très important étant donné que l'investisseur ne va décider d'investir que s'il obtient de bonnes garanties de revenu et qu'il sait qu'en risquant 1\$, la pire chose qui puisse lui arriver est qu'il ne réussisse qu'à économiser de l'impôt; par contre, il récupérera la majeure partie de son investissement sous forme de revenus sur lesquels il paiera des impôts, le moment voulu.

M. Caldwell: Il ne se préoccupe guère de l'aspect culturel de la chose.

M. S. Roth: Non, si ce n'est qu'il ne peut investir que dans des produits dont le contenu est vraiment canadien. C'est là que l'aspect culturel intervient.

Le président: Monsieur Roth et monsieur Caldwell, j'ai laissé cette discussion se prolonger car elle nous a apporté des éléments nouveaux. Madame McDonald.

Mme McDonald: J'aimerais maintenant aborder un autre sujet. Êtes-vous favorable à la création d'un troisième réseau national de télévision anglophone? Quelle incidence une telle réorganisation aurait sur les producteurs indépendants?

M. Mortimer: Nous avons toujours dit, madame McDonald, que si la création d'un troisième réseau peut être justifiée sur les plans démographique et financier, et j'entends par là un financement public ou privé, nous sommes alors favorables à l'utilisation d'un modèle comme celui qui est utilisé en Angleterre, soit la quatrième chaîne, plutôt qu'à la suggestion qui a été faite dans le rapport Caplan-Sauvageau de créer Télé-Canada.

Mme McDonald: Ni l'un ni l'autre. Je pensais plutôt à un réseau commercial ordinaire; une sorte de regroupement des indépendants.

M. Mortimer: Nous trouvons certainement qu'il n'y a pas suffisamment de temps d'antenne pour nos réalisations, mais il faut quand même se demander si le marché peut faire vivre un autre réseau privé. Le réseau *Global* a déjà manifesté le souhait de devenir un réseau national, projet que nous appuyons.

Mme McDonald: L'un n'exclut pas l'autre. Il y a des indépendants dans tout le pays, et ils ne produisent pas beaucoup et n'achètent pas beaucoup de vos produits non plus.

[Texte]

Mr. Perlmutter: They have their economic problems, obviously. For an independent to be financially capable of purchasing independent programming, they obviously have to have the financial resources. If such a new network made it possible for what were independents to purchase more independent programming from us, obviously we would think it is a good idea.

Ms McDonald: But you have not studied this possibility.

Mr. Perlmutter: Not specifically.

Ms McDonald: On to the CBC. The case of independent producers has always been that you can do things more efficiently, more cost effectively. I wonder if you would talk more specifically about your relative costs compared with the CBC's in-house productions. Do you have any documentation? This has been raised a number of times with us. Can you document the claim so often made that your production costs are lower?

Mr. Les Harris (Member, Association of Canadian Film and Television Producers): There was a time, about four years ago, when we were doing a production, a movie, for CBC television. There was the possibility we could use a CBC studio to do it in, which we would actually rent. The bottom line of the negotiations was that to have used that CBC studio, which in fact happened to be a Toronto studio, would have cost us over twice the amount of money for the studio we actually used, which was in fact a studio here in Toronto.

Ms McDonald: To rent it, you mean.

Mr. L. Harris: Not just to rent the studio; it was renting the studio, the camera people, the actual equipment itself, the videotape machines. The whole production budget for the studio part was actually double if we had rented it from the CBC.

Ms McDonald: That is not what I am talking about. If you go out and you organize and you purchase and produce—and the claim has frequently been made that you can do it more cheaply than the CBC. . . The fact the CBC wants to charge you twice as much—

Mr. L. Harris: No, these were the in-house—these were not special charges that were done for an outside producer.

Ms McDonald: My question is, do you have any documentation? We do not want just ad hoc examples. Do you have any documentation? I do not mean right now, but could you furnish us in writing with some documentation to support the claim that your production costs are lower than CBC in-house production costs?

Mr. S. Roth: I think part of the problem with that is we do not know fully what the CBC costs are. There was an old saying in Montreal at the time that the typical film budget has what they call above the line and below the line; above the line being your principal stars; below the line the actual production costs. A CBC budget has above the line, below the line and above the ninth floor, and we do not know what above the ninth floor costs.

[Traduction]

M. Perlmutter: De toute évidence, ils font face à des difficultés financières. Pour pouvoir acheter, un indépendant doit avoir les moyens financiers nécessaires. Si un nouveau réseau de ce genre permettait à ceux que l'on appelle aujourd'hui les indépendants d'acheter davantage de nos émissions, il est bien évident que cela nous plairait.

Mme McDonald: Mais ce n'est pas une possibilité que vous avez étudiée.

M. Perlmutter: Pas précisément.

Mme McDonald: Passons à Radio-Canada. Les réalisateurs indépendants ont toujours soutenu que leurs opérations sont plus efficaces et plus rentables. Pourriez-vous comparer vos coûts d'exploitation à ceux des productions maison de Radio-Canada? Avez-vous des chiffres? La question a souvent été soulevée. Pouvez-vous étayer cette affirmation et nous dire comment il se fait que vos coûts de production soient moins élevés?

M. Les Harris (membre, Association of Canadian Film and Television Producers): Il y a à peu près quatre ans, nous avons tourné un film pour la télévision de Radio-Canada. On nous avait offert de louer un studio de la Société. Tous les calculs faits, cela nous aurait coûté deux fois plus cher de louer le studio de la Société que celui dont nous nous sommes servis. Dans les deux cas, il s'agissait de studios ici même à Toronto.

Mme McDonald: Vous voulez dire la location?

M. L. Harris: Pas seulement la location du studio: les opérateurs de prises de vue, le matériel, les magnétoscopes. Tout le budget de production prévu pour l'utilisation du studio passait du simple au double si on le louait à la Société.

Mme McDonald: Ce n'est pas de cela que je parle. Si vous mettez les choses en branle et si vous achetez. . . Il a souvent été avancé que vous pouvez faire autant à meilleur compte. . . Le fait que Radio-Canada ait voulu vous demander deux fois le prix. . .

M. L. Harris: Non, il s'agissait de tarifs maison. On ne nous a pas demandé de suppléments parce que nous n'étions pas de la maison.

Mme McDonald: Mais pouvez-vous étayer ce que vous avancez? Je ne veux pas un exemple pris au hasard. Avez-vous des preuves. Pas maintenant, évidemment, mais pourriez-vous nous trouver des documents qui prouvent ce que vous alléguiez, à savoir que vos coûts de production sont plus bas que ceux de Radio-Canada?

M. S. Roth: La difficulté tient en partie au fait que nous ne connaissons pas la totalité des coûts à Radio-Canada. A Montréal, dans le temps, on disait que pour chaque film il y avait un budget au dessus de la ligne et un budget au dessous de la ligne: au dessus, c'est ce que cela coûtait pour les vedettes; au dessous, ce que cela coûtait en dépenses de production. A Radio-Canada, il y a le budget au dessus de la ligne, le budget au dessous de la

[Text]

Ms McDonald: I am not asking you to provide the CBC's figures. So you have never made a deliberate comparison.

Mr. L. Harris: With the studio, yes. That was a deliberate—

Ms McDonald: I do not mean one isolated example. I mean in any kind of more rigorous fashion. If we had some data from you, perhaps we could do some work and compare it with the CBC. That might be one way of doing it.

Mr. S. Roth: I think we can look into that.

Mr. Paul Saltzman (Member, Association of Canadian Film and Television Producers): This is not an answer to your question in terms of a study, it is a particular comparison. You said you were not interested in specific examples, but if you do not mind I will give you one. My company produces *Danger Bay* on the west coast, and we have been compared to *The Beachcombers*, which is an in-house production, so I have living experience of one project that is extremely similar in all aspects of production. The locale and the kind of situation—

• 1315

Ms McDonald: Could you provide us with figures for that one?

Mr. Saltzman: Yes. When CBC first told me that *Danger Bay* was expensive to them, I asked them how much *The Beachcombers* cost. At that point, four years ago, they could not tell me. One of their own in-house people who desired to tell me the truth could not find out how much *The Beachcombers* actually cost. There was an official figure, but it did not include all kinds of areas that are necessary for production—

Ms McDonald: I am sure we all have our gripes with the CBC, but we are trying to get some data. Simply telling us how wicked the CBC is does not help us get the data so we can make the comparison.

Mr. Saltzman: I am a big fan of the CBC; it is not a question of griping at all.

Ms McDonald: Would it be possible to get your figures? Then we can make a comparison with *The Beachcombers*.

Mr. Saltzman: Yes, you can have my figures. How you can compare them to the CBC figures. . . I am simply telling you that when I asked for the figure off the record from somebody inside who was in a high enough position to find it, I did not get the figure.

[Translation]

ligne et le budget au dessus du neuvième étage. Ce que cela coûte au dessus du neuvième étage, personne ne le sait.

Mme McDonald: Je ne vous demande pas les chiffres de Radio-Canada. Autrement dit, vous n'avez jamais fait de comparaison en bonne et due forme.

M. L. Harris: Pour le studio, oui. C'était en bonne et due forme. . .

Mme McDonald: Je ne parle pas d'un exemple isolé. Je veux dire de façon rigoureuse. Si nous avions vos chiffres à vous, il nous serait peut-être possible de les comparer à ceux de Radio-Canada. On pourrait peut-être s'y prendre de cette façon.

M. S. Roth: On peut examiner la chose.

M. Paul Saltzman (membre, Association of Canadian Film and Television Producers): Je ne vais pas répondre à votre question à propos d'une éventuelle étude, mais je vais vous donner un cas précis. Les exemples ne vous intéressent pas, avez-vous dit, mais si vous voulez bien, je vais vous en donner un. Ma compagnie réalise *Danger Bay* sur la côte ouest, émission qui a été comparée à *The Beachcombers*, qui est une production interne. Je connais donc très bien une émission qui lui est très semblable, sous bien des rapports. Les lieux de tournage, les situations. . .

M. McDonald: Pourriez-vous nous donner des chiffres là-dessus?

M. Saltzman: Oui. Quand les gens de Radio-Canada m'ont dit que *Danger Bay* leur revenait cher, je leur ai demandé combien avait coûté *The Beachcombers*. C'était il y a quatre ans. On n'a pas pu me répondre. Quelqu'un de la Société a essayé de me dire la vérité mais n'a pas réussi à savoir combien l'émission avait coûté. Il y avait bien un chiffre officiel, mais il ne tenait pas compte de toutes sortes de dépenses nécessaires à la production. . .

Mme McDonald: Je sais bien que nous avons tous des griefs contre Radio-Canada, mais je veux des faits. Ce n'est pas en noircissant Radio-Canada que l'on obtiendra des chiffres qui nous permettront d'établir une comparaison.

M. Saltzman: Mais je suis un défenseur de Radio-Canada; il n'est pas du tout question de lui faire des reproches.

Mme McDonald: Serait-il possible d'avoir vos chiffres? A ce moment-là on pourra comparer avec *The Beachcombers*.

M. Saltzman: Oui, vous pouvez avoir mes chiffres. Quant à savoir comment vous pourrez les comparer à ceux de Radio-Canada. . . Je vous dis seulement que, lorsque j'ai cherché à connaître confidentiellement de quelqu'un de la maison qui occupait un poste assez élevé pour le savoir, ce que ce chiffre était, je n'ai pas réussi à l'obtenir.

[Texte]

We have other sources of investment as well as Telefilm Canada and the Disney channel. What CBC pays us for a licence fee for **Danger Bay* is approximately a third of what they spend on *The Beachcombers*. The short answer to your question from my experience is that if you produce ten *Beachcombers* inside, it will cost three times as much as if you produced ten *Danger Bays* outside.

Mr. John Brunton (Producer, Insight Productions, Association of Canadian Film and Television Producers): There is one other thing I wanted to add. When CBC does an in-house production, they charge themselves in-house rates. The use of their manpower, their studio time and the lack of calculation of any overhead, makes it difficult. You have to take that into consideration.

Ms McDonald: We are trying to get data, not just complaints.

Mr. Brunton: It is not a complaint. I am just saying that in terms of establishing the CBC's figures, some of those rates have to be applied equally.

Ms McDonald: I want to ask you a question about the CBC licence fees. What are the trends? Are they increasing? What are your views?

Mr. S. Roth: With the exception of Global, with which I have serious concern, licence fees on both CTV's part and CBC's part are reasonable given the circumstances of their own advertising dollar. They could be higher and they should be slightly higher. They are increasing. I think the biggest increase over the past while has been in CTV because they started from such an abominable position. They could and should be higher, but as said in the brief, there are certain advertising-dollar economic realities.

Mr. Perlmutter: Some of our people and some of the producers say the independent sector can produce more efficiently than the CBC. That is not the fundamental thing we are saying. We are not trying to say the licence fees at the CBC are not high enough. We are saying the CBC, by producing in-house, is spending three or four times as much of its budget as it would have to spend if it licensed it from the outside producer. It is a very simple calculation. Whether we could produce it more efficiently or less efficiently is not the question.

Ms McDonald: What are your views on the proposal for the 150% deduction for advertising on Canadian programs? Have you any information or have you done any research on this? How effective do you think this would be as an incentive for increasing Canadian programming?

Mr. Perlmutter: This is a relatively new idea. We have begun some research on it by dealing with some of the advertising agencies, not the broadcasters. The problem is that there seems to be a mind-set among the broadcasters, certainly the private broadcasters, that the less Canadian programming they have to sell to their advertisers, the

[Traduction]

A part Téléfilm Canada et le canal de Disney, nous avons aussi d'autres sources de financement. La redevance que Radio-Canada nous verse pour *Danger Bay* représente à peu près le tiers de ce qu'elle a dépensé pour *The Beachcombers*. Mon expérience me dit que, si l'on produit 10 épisodes des *Beachcombers* à Radio-Canada, cela va coûter trois fois ce que cela coûterait pour réaliser 10 épisodes de *Danger Bay* à l'extérieur.

M. John Brunton (réalisateur, Insight Productions, Association of Canadian Film and Television Producers): Je voulais ajouter une chose. Pour une production interne, Radio-Canada applique à ses réalisateurs des tarifs internes. Cela devient difficile à cause du fait qu'ils utilisent leurs propres employés, leurs propres studios et qu'ils omettent les frais généraux. Il faut en tenir compte.

Mme McDonald: Je cherche des chiffres, pas des plaintes.

M. Brunton: Ce n'est pas une plainte. Je dis seulement que, pour calculer les chiffres de Radio-Canada, il faut établir la comparaison sur les mêmes bases.

Mme McDonald: J'ai une question à poser au sujet des redevances de Radio-Canada. Comment est-ce que cela se dessine? Est-ce que cela monte? Qu'en pensez-vous?

M. S. Roth: A l'exception du réseau Global, qui m'inquiète sérieusement, les redevances CTV et de Radio-Canada sont raisonnables étant donné leurs revenus publicitaires. La somme pourrait être un peu plus élevée. De fait, on constate une augmentation. La plus forte est survenue à CTV parce que c'est là que la situation était la pire. La redevance pourrait être plus élevée, mais, comme nous l'avons dit dans le mémoire, il faut compter avec la réalité économique imposée par les revenus publicitaires.

M. Perlmutter: Certains de nos membres et certains des réalisateurs affirment que les indépendants peuvent produire de façon plus efficace que Radio-Canada. Ce n'est l'objet de notre propos. Nous n'alléguons pas que les redevances versées par Radio-Canada sont insuffisantes. Ce que nous affirmons, c'est que le fait que Radio-Canada se charge elle-même de ses productions lui coûte trois ou quatre fois ce que cela lui coûterait en redevances à verser à un réalisateur de l'extérieur. C'est un calcul très simple. Que nous puissions être plus efficaces ou plus rentables, là n'est pas la question.

Mme McDonald: Que pensez-vous de la déduction proposée de 150 p. 100 pour la publicité faite pendant des émissions canadiennes. Avez-vous des renseignements sur cette question? Pensez-vous que cela stimulerait la production d'émissions canadiennes?

M. Perlmutter: L'idée est assez neuve. Nous en avons parlé à des agences de publicité, mais pas avec les radiodiffuseurs. Ceux-ci, les radiodiffuseurs privés surtout, semblent avoir des idées bien arrêtées. Pour eux, moins ils ont d'émissions canadiennes à proposer à leurs commanditaires, plus cela facilite leur tâche. Souvent,

[Text]

easier it is for them. In many cases they have to package it with American programs and sell it that way.

Only in the last couple of years could Canadian content programming stand on its own. Programs like *Anne of Green Gables* and *Night Heat* can be sold to advertisers on their own merits as audience performance programs. The theory of the 150% is that if the actual audience numbers for Canadian programming are not as high as American programming, it means advertisers will not pay as much. Allowing the advertisers the 150% tax break means that the dollars that they can spend will be higher, though the advertiser will have the same net after tax. That means that the Canadian broadcaster who gets that money can afford to pay more for his licence fees. The studies are not finished, but we are doing them through the advertising community, not the broadcasting community.

• 1320

Ms McDonald: That makes sense.

Mrs. Finestone: If you had a choice between continuing the Broadcast Fund and creating a Canadian version of channel 4, which would you choose and why? What difference would it make to independent producers?

Mr. S. Roth: Do we have a choice?

Mr. Perlmutter: They are two completely different situations. The channel 4 situation is not a government funding; it is privately funded through advertising.

Mrs. Finestone: Telefilm and the Canadian Film Development Corporation are publicly funded.

Mr. Perlmutter: That is what I am saying; there is a difference. One is private and one is public.

Mrs. Finestone: Channel 4 has to buy from their independent producers, do they not?

Mr. Perlmutter: Yes.

Mrs. Finestone: I believe that Mr. Roth was talking about how much less expensive it would be if the private investor cost was written off. Is there any potential in there for us to examine? Do you want to write us an answer on that?

Mr. Perlmutter: We will write you one.

Mrs. Finestone: Besides that, please write me how you would respond to having no capital cost allowance, given the muck we are into and the fact that the deputy minister and the Minister of Finance are not meeting the needs of your industry. I would like to know how you would respond to either a 100% capital cost write-off in the first year or a full tax credit situation available only to the producer.

You believe it is proper for the Canadian independent production sector to be clearly identified in any new broadcasting act as the primary source of Canadian

[Translation]

pour arriver à vendre leur publicité, ils doivent les jumeler à des émissions américaines.

Cela ne fait que quelques années seulement que les émissions canadiennes peuvent se tirer d'affaire toutes seules. Des émissions comme *Anne des Pignons verts* et *Night Heat* peuvent être vendues à des commanditaires et on sait qu'elles auront une bonne cote d'écoute. L'idée qui est à la base de cette déduction de 150 p. 100, c'est que, si l'auditoire d'une émission canadienne n'est pas aussi nombreux que pour une émission américaine, le commanditaire ne voudra pas payer aussi cher. Cet allègement fiscal de 150 p. 100 signifie que le commanditaire aura plus d'argent à dépenser même s'il lui restera la même somme après impôt. Le radiodiffuseur canadien qui recevra cet argent pourra donc verser une redevance plus élevée. Nos études ne sont pas terminées, mais nous sommes en train d'interroger les annonceurs, non pas les radiodiffuseurs.

Mme McDonald: C'est logique.

Mme Finestone: Si vous deviez choisir entre la création d'un fonds de radiodiffusion et une version canadienne du «Channel 4» que choisiriez-vous et pourquoi? En quoi la situation des producteurs indépendants s'en trouverait-elle modifiée?

M. S. Roth: Avons-nous le choix?

M. Perlmutter: Il s'agit de deux choses tout à fait différentes. «Channel 4» n'est pas financé par l'État; ce sont les revenus publicitaires qui le font vivre.

Mme Finestone: Téléfilm et la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne sont financés à même les fonds publics.

M. Perlmutter: Ce n'est pas ce que je dis; il y a une distinction. L'une est privée, l'autre est publique.

Mme Finestone: «Channel 4» doit s'approvisionner auprès de producteurs indépendants, n'est-ce pas?

M. Perlmutter: Oui.

Mme Finestone: M. Roth disait combien cela serait moins coûteux si les dépenses de l'investisseur privé passaient par profits et pertes. Y a-t-il là quelque chose que nous devrions examiner? Voulez-vous nous donner une réponse par écrit?

M. Perlmutter: Nous vous en donnerons une.

Mme Finestone: Tant qu'à faire, indiquez-moi aussi ce que sera votre réaction s'il n'y avait pas de déduction pour amortissement, vu la pagaille dans laquelle nous nous trouvons et le fait que le sous-ministre et le ministre des Finances ne répondent pas aux besoins de votre industrie. Quelle serait votre réaction si vous aviez une déduction à 100 p. 100 pour amortissement la première année ou un crédit d'impôt qui couvre toute la somme?

Vous êtes en faveur de désigner dans la Loi sur la radiodiffusion le secteur de la production indépendante canadienne comme la source première d'émissions à

[Texte]

content from Canadian broadcasters. We have recommended to the Minister a definition that characterizes the public broadcasting system as being composed of public, private, and community sectors. We have defined cable and networks; we have looked at the role of the CRTC and the CBC. What do you want us to add about independent production?

Mr. Mortimer: This is a policy bridge that could put some logic into the government's efforts to support independent production. It has been demonstrated, we believe, rather satisfactorily that there is talent across this country that can produce programming that appeals to Canadians and does well when it gets the opportunity to be broadcast.

• 1325

Mrs. Finestone: Mr. Mortimer, I am a great believer in what you have just said. In fact, this whole committee, whether they started out that way or not, recognize that we have incredible Canadian talent. CBC has been the founder and the flourishing ground. It continues to be important, and you certainly are very important in that growth and development as well.

What I do not understand about what you are asking here. . . First of all, we are looking at policy, but you are suggesting that not only should this committee consider in broadcasting policy the importance of the independent producer and perhaps suggest 50% or 60% or that broadcasters buy only from. . . whatever we might decide, but you are suggesting that that be in the new Broadcasting Act. I would like a clarification.

Mr. Mortimer: It is quite simple. I think the old act reads something to the effect of "using predominantly Canadian resources". We would like to see something added to that to recognize that those resources are largely comprised of independent production companies in this country.

Mrs. Finestone: Thank you for putting that on the record. At least we will get to take a good look at that and determine whether it should be in legislation or in policy recommendations.

I would like to go to Telefilm now. You would like to go to Telefilm. Is there any reason to go to Telefilm? Are there any dollars left? Are there any dollars left, not for the next six months. . . Are they going on a holiday to Martinique or elsewhere—

Mr. Mortimer: Touché.

Mrs. Finestone: —or are they going to have no dollars for the next 18 months? The significance of that impact on the broadcasters and on CBC is not forgotten. What I would like to hear is the implication and the significance of this on your independent producer. Have you some documentation about how many promissory notes were offered? Do you know of anyone who received a promissory note?

[Traduction]

teneur canadienne pour les radiodiffuseurs du pays. Nous avons recommandé au ministre une définition selon laquelle le système de radiodiffusion publique se compose des secteurs public, privé et communautaire. Nous avons défini la télédistribution et les réseaux; nous avons examiné le rôle du CRTC et de Radio-Canada. Que voulez-vous que l'on ajoute au sujet de la production indépendante?

M. Mortimer: C'est une décision qui pourrait rendre plus logiques les efforts du gouvernement en faveur de la production indépendante. Il a amplement été démontré, je crois, que le Canada a les créateurs qu'il faut pour réaliser des émissions capables de plaire aux Canadiens et qui obtiennent du succès quand on arrive à trouver un créneau de diffusion.

Mme Finestone: Monsieur Mortimer, je partage tout à fait votre avis. Tous les membres du Comité, qu'ils aient été ou non de cet avis au moment où ils ont entrepris leurs travaux, sont maintenant bien conscients de la qualité de nos créateurs. Radio-Canada a été une pépinière de talents. Vous-même et la Société contribuez puissamment à faire fructifier ces talents.

Il y a quelque chose que je ne comprends pas dans ce que vous demandez. . . D'abord, nous nous penchons sur des questions de politique, et non seulement vous voulez que le Comité consacre dans la politique l'importance des producteurs indépendants et que celle-ci stipule que 50 ou 60 p. 100 des achats des radiodiffuseurs proviennent uniquement. . . enfin, de ce que l'on décidera, mais encore vous voulez que cela se trouve dans la Loi sur la radiodiffusion. Expliquez-moi.

M. Mortimer: C'est très simple. La loi actuelle dit quelque chose comme: «un système. . . dont la nature est principalement canadienne». Nous aimerions que l'on précise que cette nature canadienne désigne dans une large mesure les compagnies de production indépendantes.

Mme Finestone: Merci de la précision. Cela nous permettra maintenant de nous pencher sur la question et de décider si cela doit se trouver dans la loi ou dans les recommandations.

Je voudrais maintenant passer à Téléfilm. Vous aimeriez pouvoir vous adresser à Téléfilm. Y a-t-il une raison particulière? Reste-t-il de l'argent? Par pour les six prochains mois. . . ces gens-là vont-ils passer leurs vacances en Martinique. . .

M. Mortimer: Touché.

Mme Finestone: . . . ou vont-ils être sans le sou pendant les 18 prochains mois? Nous n'oublions pas les conséquences que cela aura sur les radiodiffuseurs et sur Radio-Canada. Ce que j'aimerais savoir, c'est ce que seront les conséquences pour les producteurs indépendants. Pouvez-vous nous dire combien de billets à ordre ont été offerts? Savez-vous si quelqu'un a reçu un billet à ordre?

[Text]

Mr. S. Roth: I would like to begin the remark by cautioning everybody that the problems Telefilm has right now are problems related to success rather than problems related to failure. I think it would be a major disservice to the industry to dump too heavily on Telefilm. That is not to say one should root out what the problems are. I for one, and our association, have been very critical of Telefilm in a number of areas, but not with the concept of Telefilm and not generally with the performance of Telefilm. So I think there should be a very strong note of caution expressed here.

With that in mind, I think the current problem is a problem the effect of which we are currently determining. There is a questionnaire out amongst our membership. We are trying to gather the data. The data certainly would be available to you when we have determined in the global sense exactly how many projects have been jeopardized and so forth.

We have been assured, and I have in my own conversations with the chairman and various members of the board, that Telefilm sees its commitments as being commitments not only on the basis of signed contracts but on the basis of the usual way commitments are done in the film industry. There is a process. People normally take action and spend large sums of money on verbal commitments, as opposed to written ones. I think there are a number of cases where Telefilm will be respecting those.

The point is that there is a shortage of money. The shortage of money is going to affect it from a cashflow point of view, and they are going to have to make commitments that are going to cut very deeply into next year's appropriation. If \$115 million is available for next year, they may end up spending \$40 million or \$50 million of that this year to meet this year's commitments. There is going to be a shortfall next year, and the problem is not going to go away. There may be some solutions to that. Some are being discussed. But I think ultimately that is the reality of it.

Mrs. Finestone: Mr. Roth, I want to point out that there was never any intent by any member of this committee to downgrade the role and function and importance of Telefilm and the fact that it has been a significant factor in the burgeoning of this wonderful industry. Nor have we downgraded the negative impact of the capital cost allowance cut or the fact that you do not have film distributors that make life easier for you either. None of those are factors we have ignored. But there is an administrative problem that is allowing nothing to happen over the next six months. . . funds that have been touched that will reduce next year's allocation. In other words, the mortgaging—and I believe that is the term you have used yourselves in your brief. . . What is the implication of that mortgaging? This committee would like an explanation of the experience you have had and what that means.

[Translation]

M. S. Roth: Je tiens d'abord à faire une mise en garde. Les difficultés que connaît actuellement Téléfilm sont attribuables à son succès et non pas à son échec. Le cinéma canadien ne servirait pas sa cause s'il se jetait à bras raccourcis sur Téléfilm. Évidemment, il y a des problèmes à régler. L'Association et moi-même avons beaucoup critiqué Téléfilm sur bien des points, mais pas sa raison d'être ni ses réalisations. La prudence est donc de mise ici.

Cela dit, je pense que les conséquences des problèmes actuels restent encore à déterminer. Un questionnaire circule actuellement parmi nos membres. Nous essayons de recueillir des renseignements. Les résultats vous seront communiqués lorsque nous saurons combien de productions ont été touchées.

Le président et divers membres du Conseil m'ont assuré personnellement que Téléfilm s'estime lié par tous les engagements qu'il a pris, même verbalement. Dans le monde du cinéma, les gens dépensent de très fortes sommes sur la foi d'une entente verbale. D'après moi, Téléfilm respectera beaucoup de ces engagements.

La difficulté, c'est qu'il manque d'argent. Cette pénurie va affecter sa trésorerie et Téléfilm se trouvera dans l'obligation de prendre des engagements financiers qui anticiperont beaucoup sur le crédit de l'année prochaine. Si 115 millions de dollars sont dégagés pour l'année prochaine, il finira peut-être par en dépenser 40 ou 50 millions cette année pour respecter ses engagements. L'année prochaine, il y aura un manque à gagner et le problème restera entier. Il existe peut-être des solutions à ce problème. Certaines options sont actuellement à l'étude. Mais voilà les faits.

Mme Finestone: Monsieur Roth, j'insiste sur le fait qu'aucun des membres du Comité n'a jamais eu l'intention de dénigrer le rôle ou l'importance de Téléfilm et le fait qu'il a apporté une contribution notable à l'éclosion de cette industrie magnifique. Nous ne minimisons pas non plus les effets néfastes de la suppression de la déduction pour amortissement ou l'absence de distributeurs. Nous ne fermons les yeux sur aucun de ces facteurs. Mais à cause d'une difficulté administrative, tout est bloqué pour les six prochains mois. . . des fonds déjà promis qui diminueront le crédit de l'année prochaine. Autrement dit, l'hypothèque—c'est le mot que vous avez employé dans votre mémoire, je crois—quel effet aura cette hypothèque? Comment cela se traduit-il dans votre cas?

[Texte]

[Traduction]

• 1330

Mr. S. Roth: We will provide you with the exact numbers. Offhand I would say the impact on that will be extremely serious. The reality of the thing, though, is that the demand on Telefilm far exceeds the amount of money available.

The problem that we are being faced with now is the sudden knowledge of this; yesterday we were not aware of it, today we are, more or less. The point still remains that there was a finite number of dollars available to Telefilm.

Mrs. Finestone: There will always be a finite number.

Mr. S. Roth: And there will always be less as the industry is successful.

Mrs. Finestone: And there will always be judgments as to what is good and what is not good.

Mr. S. Roth: Exactly. One of the main problems is that at the same time this is happening, \$17 million was given back to the treasury. I mean, this is something which I find completely unconscionable—that when they went into a year being roughly \$20 million-odd already overspent from that budget from commitments in the previous year because of the cash basis, they had to give back \$17 million of that to treasury because it was not spent on a cash basis, even though it was committed.

Mrs. Finestone: It turned out to be \$19 million and something.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): Thank you very much, Mr. Roth. I do not know if you were in the room, but Telefilm will be appearing before this committee within a couple of weeks.

Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Les producteurs privés affirment que leurs coûts de production sont beaucoup moins élevés que ceux de Radio-Canada. À votre avis, est-il souhaitable que toute la production faite actuellement par Radio-Canada soit dorénavant faite par les indépendants, ou encore, doit-on exiger qu'une plus grande partie de la production de Radio-Canada vous soit confiée? Mis à part le coût, quel avantage y aurait-il pour les Canadiens et les Canadiennes si la production était faite par les indépendants plutôt que par Radio-Canada?

Mr. Perlmutter: The first question that occurs is what is it the CBC is going to show? And that question is a decision that is made within the CBC by CBC people, regardless of who actually produces it, as it is in any country in any network situation. In the United States, the three major commercial networks do not produce anything in-house in the area of dramatic programming, entertainment programming. Yet they call the shots. They are paying the licence fee, so they say what gets produced, who produces it, who directs it and who the performers are. In the same way, the CBC can do that in Canada, regardless of who produces it.

Our point is that having all their dramatic production done in the independent sector rather than in-house will

M. S. Roth: Nous allons vous trouver les chiffres exacts mais je peux vous dire dès maintenant que les conséquences seront très graves. La difficulté tient au fait que Téléfilm est sollicité bien au-delà de ses moyens.

La crise actuelle vient de ce que la révélation de cet état de fait a été si soudaine. Hier on n'en savait rien, aujourd'hui on le sait, plus ou moins. Le fait demeure que le budget de Téléfilm est limité.

Mme Finestone: Il en sera toujours ainsi.

M. S. Roth: Et le budget continuera de diminuer au fur et à mesure que l'industrie prospérera.

Mme Finestone: Et il faudra toujours décider ce qui est bien et ce qui ne l'est pas.

M. S. Roth: Exactement. L'un des principaux problèmes, c'est qu'au moment où cela s'est produit, 17 millions de dollars ont été remboursés au Trésor. Je trouve cela inadmissible. Téléfilm avait déjà dépensé à peu près 20 millions de plus que son budget de l'année à cause d'engagements pris les années précédentes et a dû rembourser 17 millions de dollars parce que la somme n'a pas été effectivement déboursée même si elle avait été engagée.

Mme Finestone: On a appris qu'il s'agissait de 19 millions et des poussières.

Le président suppléant (M. Caldwell): Merci beaucoup, monsieur Roth. Je ne sais pas si vous étiez dans la salle, mais on a dit que Téléfilm allait comparaître ici dans quelques semaines.

Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): Private producers claim that their production costs are much smaller than those of the CBC. In your view, should all of the CBC current production be done by independents from now on or, alternately, should we require that a larger portion of CBC production be handed to you? Except for cost, what would be the benefit to Canadians if production was handled by independents instead of the CBC?

M. Perlmutter: La première question qui se pose est de savoir ce que Radio-Canada va présenter. Cette décision-là est prise au sein de Radio-Canada, par des employés de la Société, quel que soit le producteur, comme c'est le cas dans n'importe quel pays et dans n'importe quel réseau. Aux États-Unis, aucun des trois grands réseaux ne produit lui-même ses émissions dramatiques ou de divertissement. C'est pourtant eux qui mènent le bal. Ils versent une redevance, si bien que ce sont eux qui décident ce qui sera produit, qui sera le producteur, qui sera le réalisateur et quels seront les artistes. Au Canada, la Société Radio-Canada peut en faire autant, quel que soit le producteur.

Notre argument à nous, c'est que, si toute la production dramatique de Radio-Canada est confiée au

[Text]

not change one iota of what is shown on the CBC or change the quality, because the quality is going to be the same; even some of the people producing it are going to be the same as the CBC would otherwise do it. The difference is, what is it going to cost the CBC to do it?

As an example, the current series *Chasing Rainbows*, we understand—the CBC announces at least—has a \$14 million budget for 13 hours of programming. That is going to cost the CBC \$14 million. Had they licenced that through the private sector and had a private company doing it, the figures would probably work out to Telefilm, because it would be an independent production, putting up, let us say, 40%, \$5.6 million. The CBC would license at even more than they would usually license anybody else per hour, at a total of \$4,650,000, leaving the private sector to put up \$3,750,000. Those are all figures that could be done the way current productions are done. So the CBC, instead of spending \$14 million, would be spending less than half in order to get the same programming. That is the point.

• 1335

M. Blackburn (Jonquière): J'ai maintenant une question concernant l'Office national du film. À votre avis, est-ce que l'ONF joue un rôle important? Est-ce qu'il devrait être démantelé? Que gagnerait-on à le faire ou à ne pas le faire?

Mr. S. Roth: Historically, of course, the National Film Board has played a very major role in the development of the industry. The question remains that the traditional role is changing. I think what role they should be playing is a very serious question. Their facilities are largely obsolete. The role they should be playing in the development and the future push of technology and things within the industry, they are unable to do. I think the role of the Film Commissioner is something that is totally absurd; that the Film Commissioner should be the head of the National Film Board is totally absurd.

I think the concept of the National Film Board and what it is doing as a leader in new technical innovation and training people for film and television is a valid one. I do not think it is able to meet its mandate at this point, despite the fact that every year they do do one or two major feature films and some short things that are absolutely superb. I think it is a question that has to be wrestled with, as well as what role they have and whether there is a good value for the dollar there.

M. Blackburn (Jonquière): Merci.

Le président suppléant (M. Caldwell): Merci beaucoup, Monsieur Pennock.

Mr. Pennock: I will try to be brief, and I ask the same of you, because my colleagues are getting rather hungry and thirsty, I think.

With regard to Telefilm Canada, I have one quick question. If you were to go to Telefilm Canada and were to get money to produce a film, let us say, over a

[Translation]

secteur indépendant, cela ne changera en rien la programmation ou la qualité des émissions à Radio-Canada. La qualité sera la même, une partie du personnel aussi. La différence se trouve dans ce qu'il en coûtera à la Société.

Par exemple, Radio-Canada a annoncé que les 13 heures d'antenne de la série *Chasing Rainbows* allaient coûter 14 millions de dollars. Si elle en avait confié la production à une compagnie privée, Téléfilm aurait probablement assuré le financement dans une proportion d'environ 40 p. 100, soit 5,6 millions de dollars. Radio-Canada aurait probablement exigé des redevances plus élevées qu'à l'habitude, soit 4,650,000\$. Le secteur privé aurait donc dû trouver 3,750,000\$. De la façon dont les choses se passent habituellement, voilà comment le budget aurait pu être réparti. Au lieu de dépenser 14 millions de dollars, Radio-Canada en aurait dépensé moitié moins pour arriver au même résultat. C'est cela notre argument.

Mr. Blackburn (Jonquière): My next question deals with the National Film Board. Do you think that the NFB plays an important role? Should it be dismantled? What would be the pros and cons?

M. S. Roth: Il est évident que l'Office national du film a joué un rôle de premier plan dans l'histoire de l'industrie cinématographique. Toutefois, ce rôle est en train de changer. Le rôle que l'ONF devrait jouer constitue une question très importante. Ses installations sont en grande partie désuètes. Il n'est pas en mesure de jouer le rôle qui devrait lui revenir, celui d'être à l'avant-garde de la technique. Je trouve tout à fait absurde que le commissaire à la cinématographie soit aussi président de l'Office national du film.

Là où le rôle de l'ONF est méritoire, c'est dans le domaine de l'innovation technique et de la formation des cinéastes et des téléastes. Je ne crois pas que l'Office soit en mesure de remplir son mandat à ce moment-ci, même si chaque année il produit des longs métrages et quelques courts métrages tout à fait exceptionnels. C'est une question dont il faudra débattre. Il faudra aussi s'interroger sur son rôle et sur la rentabilité de ses activités.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): Thank you very much, Mr. Pennock.

M. Pennock: Je vais essayer d'être bref et je vais vous demander d'en faire autant parce que mes collègues commencent à avoir le ventre creux, je crois.

Pour ce qui est de Téléfilm Canada, j'ai une petite question à vous poser. Si vous receviez de Téléfilm Canada un budget de production échelonné sur 24 mois,

[Texte]

24-month period from start to finish, at the 12-month point, what percentage of the funding given to you by Telefilm Canada would you have obtained and what percentage would roll over to the second year? I am just asking for a generalization.

Mr. Perlmutter: It depends on when you start the program. If the program started in March, then very little of the Telefilm Canada money would be advanced because the Telefilm Canada money is based on cashflow during production and post-production. If you had started the production in April then probably all of the Telefilm Canada money would be spent within their fiscal year. It is not a black-and-white question.

The cash accounting that has already been discussed causes a problem. Last year they had \$17 million left, but they also owed \$22 million. This year, I do not think they could even tell us, at this moment, how much they expect of the \$163 million that has been committed for the fiscal period ending March 31, 1988, will be spent by then. The producers would have to give them cashflows and it is probably even too early for them to know what is going to be left over. The \$163 million is not going to be \$163 million; it is going to be something less, but how much less?

Mr. S. Roth: I think if you want to talk of a two-year project—I will try to be very, very brief—the bulk of the two-year project is a development stage in which case for the first fourteen months of the two-year period, you might be talking about 5%, and the next three or four months will probably use up another 20% or 25%, followed by a very heavy period using up 60%, with 10% left over.

Mr. Pennock: You are really saying that Telefilm Canada in its budgeting is in an end-loading proposition.

Mr. S. Roth: Exactly. From a producer's point of view you may require commitments a year or so in advance while you are developing it, but you do not require very much cash during the development stage.

Mr. Pennock: This is really what I was thinking. Thank you.

I am getting mixed observations on the licence fee charges to Canadian broadcasters. The brief referred to substantial increases in licensing fees, yet I thought I heard this morning someone say that you are more or less satisfied with licensing fees and the CBC has gone up substantially. I did not get the vibes that you are not as dissatisfied. Could you clarify it for me?

Mr. S. Roth: I was the one who made the remark. I do not think it is a question of saying "not satisfied". We would love to have them much higher. I think that realistically speaking you have to look to where the money is going to come from. Unless the government actually gives it in the form of another form of subsidy, the money is only going to come from advertising dollars, which are not there. The 150% suggestion may help this. We are certainly not satisfied with it, but I think

[Traduction]

combien d'argent auriez-vous reçu au bout de 12 mois et combien recevriez-vous l'année suivante? Grosso modo.

M. Perlmutter: Cela dépend du moment du début des travaux. Si on commence en mars, très peu d'argent de Téléfilm aurait été reçu parce que cet argent dépend de la trésorerie pendant la production et la postproduction. Si la production avait commencé en avril, alors je suppose que tout l'argent aurait été dépensé pendant son exercice financier. Cela dépend.

La comptabilité de caisse dont il a déjà été question est aussi source de problèmes. L'année dernière, il lui restait 17 millions de dollars, mais il en devait aussi 22 millions. Cette année, je ne pense pas qu'ils pourraient nous dire, à ce moment-ci, quelle partie des 163 millions de dollars engagés pour l'exercice se terminant le 31 mars 1988 aura été dépensée d'ici là. Il faudrait que les producteurs versent des fonds autogénérés, et il est probablement trop tôt pour savoir ce qui restera. Il ne s'agira donc pas de 163 millions; ce sera moins, mais la somme précise, qui sait?

M. S. Roth: Dans le cas d'un projet de deux ans, je vais essayer d'être bref, le gros du travail se fait à l'étape du développement. C'est donc dire que, dans les 14 premiers mois, ce serait environ 5 p. 100, pendant les trois ou quatre mois suivants, on dépenserait entre 20 et 25 p. 100, ce qui serait suivi par une période très active qui consommerait jusqu'à 60 p. 100 du budget, après quoi il en resterait 10 p. 100.

M. Pennock: C'est donc dire qu'à Téléfilm Canada les sommes sont déboursées à la fin du cycle budgétaire?

M. S. Roth: Exactement. Le producteur a besoin d'une garantie une année ou deux à l'avance, mais pas beaucoup de liquide à l'étape du développement.

M. Pennock: C'est ce que je croyais. Merci.

J'entends des choses contradictoires sur les redevances perçues auprès des radiodiffuseurs canadiens. Dans le mémoire, il est question d'augmentations considérables. Pourtant, ce matin, quelqu'un a dit être plus ou moins satisfait des redevances et du fait que celles versées par Radio-Canada ont beaucoup augmenté. Vous ne m'avez pas paru mécontent. Pourriez-vous préciser votre pensée?

M. S. Roth: C'est moi qui ai fait ces observations. Il ne s'agit pas de dire que nous ne sommes «pas satisfaits». Nous aimerions que ce soit beaucoup plus élevé. Mais il faut être réaliste et voir d'où l'argent va provenir. A moins que le gouvernement ne le verse sous une forme quelconque de subventions, ce sont les revenus publicitaires qui devront en être la source. Et pourtant, ces revenus n'existent pas. La déduction proposée de 150 p. 100 pourrait être un élément de solution. Cela ne nous

[Text]

realistically speaking it is not a direction in which you are going to push very much higher in the near future.

• 1340

Mr. Pennock: Do you feel there are any changes in the CRTC policy related to licensing fees? If so, what?

Mr. Mortimer: We are confusing our answers here; we had another answer for you.

Mr. Pennock: I was just saying that I am not sure of how the CRTC is involved in the licensing fee process. Do changes need to be made, or should they become involved?

Mr. S. Roth: I do not see how they can regulate the amount of dollars that are being paid, certainly not by the private interests. They can regulate the quantity of Canadian programming, but they cannot say that you have to pay *x* dollars for an hour of Canadian television.

Mr. Perlmutter: They could do one thing. We have not really looked at it; it is something we started talking about a couple of days ago. That is in the same way that the pay television licensing was done, in two ways. It had the minimum number of hours that had to be Canadian content; it also has a dollar amount, which has two measurements, one based on the gross revenues and one based on the percentage of total program costs.

I would recommend that some kind of study be made as to whether that could be applicable—and I guess it is something CRTC could do, given the expertise of their staff—to see whether that might have some validity.

Mr. Saltzman: On the licence fees, what you are hearing—and I do not mean to speak for anyone else—is a certain resignation over the level of licence fees. The fact of the matter is that licence fees in this country suck. In the industrial nations or in the English-speaking forefront of television, whether it is Britain or the United States, or even in non-English-speaking Germany—I presume you have heard all these figures before—Canada is one of the lowest-paying countries in licence fee percentage terms—licence fee against the cost of production—of any of the industrialized nations. So in Germany, if you are an indigenous producer, you get something like between 80% and 110% of your production costs back from the licensing of your own networks. In the United States it is probably something like 80% to 90%. In Canada we get 14%, 16%, 20%, 30%, 33%, 35%. It is ridiculous.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): But yesterday we had a witness here who said that the U.S. networks pay \$800,000 for an hour episode; in Canada they pay

[Translation]

satisfait certainement pas, mais je ne pense pas que vous allez sérieusement vous engager dans cette voie dans un avenir rapproché.

M. Pennock: Pensez-vous que le CRTC ait changé sa politique relative aux redevances? Et dans l'affirmative, qu'est-ce qui a changé?

M. Mortimer: Nous sommes en train de nous emmêler les pattes; nous avons une autre réponse à vous donner.

M. Pennock: Je vous disais simplement que je ne vois pas comment le CRTC réglemente tout cela. Des changements doivent-ils être apportés? Le CRTC devrait-il intervenir?

M. S. Roth: Je ne vois pas comment le Conseil pourrait réglementer les sommes versées, du moins certainement pas celles qui le sont par le secteur privé. Le Conseil peut réglementer le nombre d'émissions canadiennes, mais il ne peut pas réglementer le coût d'une heure de télévision canadienne.

M. Perlmutter: Le Conseil pourrait faire une chose. Nous n'y avons pas vraiment réfléchi, car nous avons commencé à en parler il y a deux jours. Il pourrait suivre le même modèle que celui qui a été adopté lors de la réglementation de la télévision payante. Le nombre minimum d'heures d'émissions canadiennes était réglementé ainsi que la somme à verser qui était fonction des recettes brutes et du pourcentage de l'ensemble du coût des émissions.

Je crois qu'il y aurait lieu d'effectuer une étude quelconque pour savoir si ce même modèle pourrait être suivi—et je crois que le CRTC pourrait très bien effectuer cette étude puisqu'il possède le personnel compétent nécessaire—pour voir si cela pourrait se faire.

M. Saltzman: Pour ce qui est des redevances, je dois dire que la plupart—et c'est là une opinion personnelle que j'émet—estiment que rien n'est fait à ce propos. En fait, au Canada, le montant de ces redevances est ridicule. Dans les pays industrialisés, dans les pays d'expression anglaise où la télévision occupe une place de choix, que ce soit en Grande-Bretagne ou aux États-Unis, et même dans d'autres pays comme l'Allemagne—et je suppose que vous avez déjà entendu toutes ces statistiques—le Canada est l'un des pays où les redevances sont les moins élevées en pourcentage exprimé par rapport au coût de production. Ainsi en Allemagne, si vous êtes producteur allemand, vous arrivez à récupérer entre 80 p. 100 et 110 p. 100 de vos coûts de production grâce aux redevances versées par vos propres réseaux. Aux États-Unis, ce pourcentage avoisine les 80 p. 100 ou 90 p. 100. Au Canada, c'est plutôt de l'ordre de 14 p. 100, 16 p. 100, 20 p. 100, 30 p. 100, 33 p. 100, 35 p. 100. C'est tout à fait ridicule.

Le président suppléant (M. Caldwell): Mais hier, un témoin nous a dit que les réseaux américains payaient 800,000\$ pour un épisode d'une heure; au Canada, les

[Texte]

\$200,000 for a market of 25 million, which is away out of proportion to what the U.S. pays on the audience reach.

Mr. Saltzman: I am not even debating that or commenting on the cost of making programs. On one hand, a CBC or a CTV or a Global says, make us programs that look like American programs in production quality, in pizzazz, in scope, in reach, in depth of talent. Well, you have to pay for that. The fact is that, because we happen to be beside this giant of a country that has a formidable industry and a tremendous evolution of that particular medium, we have to compete in that kind of a marketplace, with the border stations and all the channels you can get.

So it may be that percentage-wise you are absolutely right. It does not change the fact that we have to look way beyond the broadcaster, much more than any of the other major countries, to try to find funding. My personal feeling is that the way to make this happen better is to give private investors a 150% write-off—which may be contrary to what Peter said or in addition to what Peter said—in which case you would have tons of money flowing into the production industry.

Mr. Pennock: I hear what you are saying on licensing fees. You are just resigned to the fact that not too much can be done, but do you have any plans or any thoughts you might want, in written form, to share with this committee for how, over a long timeframe, say 10 or 15 years, this situation might be improved?

Mr. Perlmutter: We have been saying that the realities of the economic marketplace... We cannot ignore that. We all agree with Paul. Paul makes the comment, very properly, that it is not so much a matter of being resigned as that we are accepting it. We understand the realities of the marketplace. There is a gap to be filled. What is that gap and how can it be filled? Those are the proposals we have been trying to place before you. One is to increase the licence fee in an offsetting way by getting the advertisers to pay more for the time. Another is to make sure that the investors have access to private funding to fill that gap, and a third is to try to find a way to help distributors fill that gap. We are therefore not trying to attack the problem directly by saying yes, there has to be a way to make the stations put up more money for licences. In the economic realities, particularly when we are next to the United States, we do not see a way of doing that, but we do see ways of filling the gap otherwise.

• 1345

Mr. S. Roth: When you have 100 million people in your domestic marketplace, you have... For example, in the United States this is not a cultural industry; it is an industry. When you do not have 100 million people, then it is a cultural industry and you require other methods

[Traduction]

réseaux paient 200,000\$ pour 25 millions de téléspectateurs ce qui est tout à fait hors de proportion par rapport à ce que paient les réseaux américains.

M. Saltzman: Là n'est pas la question et je n'ai rien dit à propos du coût de réalisation d'émissions. Les réseaux canadiens, comme la CBC, CTV ou Global, nous disent de réaliser des émissions qui ressemblent aux émissions américaines sur le plan de la qualité de la production, de la verve, de la profondeur, de la portée, du talent. Eh bien, tout cela se paie. Or, nous avons pour voisin un véritable Goliath qui dispose d'une industrie formidable et qui sait à merveille manier ce médium, et ce fait même nous oblige à affronter la concurrence que représentent toutes les stations limitrophes et toutes les chaînes qui peuvent être captées.

Alors, sur le plan des pourcentages, vous avez absolument raison. Cela ne change rien au fait que nous devons essayer de réunir des fonds en faisant appel non seulement aux réseaux, mais également à d'autres sources, et ce, beaucoup plus que n'importe quel autre pays industrialisé. Or, la seule façon d'y parvenir, à mon avis, serait d'accorder une déduction fiscale de 150 p. 100 aux investisseurs privés—ce qui contredit peut-être ce que Peter a dit ou ce qui complète ce qu'il a dit—et ainsi, l'argent coulerait à flots dans les caisses de l'industrie de la production.

M. Pennock: Je comprends ce que vous dites à propos des redevances. Vous vous êtes simplement résignés au fait que l'on ne peut pas faire grand-chose, mais avez-vous des idées, que vous pourriez communiquer par écrit à ce Comité, sur la manière d'améliorer la situation en 10 ou 15 ans?

M. Perlmutter: Nous ne pouvons pas faire abstraction des forces du marché. Nous sommes tous d'accord avec Paul, qui dit, à juste titre d'ailleurs, que nous ne sommes pas vraiment résignés, nous acceptons ce fait, un point c'est tout. Nous comprenons la réalité du marché. Il faut combler un vide. Quel est ce vide et comment peut-on le combler? Nous vous avons proposé des recommandations à cet effet. Nous vous demandons dans un premier temps d'augmenter les redevances en forçant les annonceurs publicitaires à payer davantage. Ensuite, les investisseurs pourraient avoir accès à des crédits privés pour combler ce trou et on pourrait également trouver le moyen d'aider les distributeurs à le combler. Nous n'essayons donc pas d'attaquer le problème de front en disant qu'il faut trouver les moyens de forcer les stations à payer plus cher. Vu la conjoncture, compte tenu du fait que nous avons les États-Unis pour voisins, nous ne voyons pas comment nous pourrions y parvenir; en revanche, il existe des moyens de combler ce trou en adoptant d'autres mesures.

M. S. Roth: Lorsque vous pouvez atteindre 100 millions de gens, vous... Par exemple, ce n'est pas une industrie culturelle aux États-Unis, c'est une industrie, c'est tout. Lorsque vous ne disposez pas d'un marché de 100 millions de personnes, cette industrie devient une

[Text]

than the marketplace, i.e., advertisers or a box office, to support the industry.

Mr. Perlmutter: And Telefilm.

Mr. Mortimer: Mr. Caldwell, if I might just for a moment, this association has in fact been co-ordinating the activities of this national ad hoc screen industries committee, which has been lobbying against the proposals of the white paper. I think we have kept the members of this committee informed of the longer term proposals we have in mind. We will be pleased to continue to do that.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): I think Mrs. Finestone has just one question of clarification.

Mrs. Finestone: With respect to a follow-up question to Mr. Pennock on Telefilm financing, if the financing continues. . . As you have pointed out, Mr. Roth, it is 5% at one point, 25% and then it moves up to 65%, etc. You may have a total disbursement at the end of the year or you might have a carry-over based on that kind of financing as to where the production is in its schedule. So my question is, did the government's decision to recover the funds in 1985 have a negative impact in terms of the way the financial management of Telefilm is set up by the very nature of the industry?

Mr. S. Roth: Yes. The answer is yes. I think there were two problems. First I think there was a problem on the part of Telefilm for not having internally managed those funds so that a situation like that did not happen. I mean, every other government department did. Why did they not? Certainly there was an impact. You have a situation whereby money was committed and yet it was not actually disbursed on a cash basis and had to be given back. At the same time you knew that you were over on your commitments in money that you were in effect going to have to borrow from next year's appropriation.

Mrs. Finestone: Mr. Roth, the point is that if the government has a policy, which they have the right to have, to recover back to treasury at the end of a fiscal year any uncommitted funds in a government or—

Mr. S. Roth: Unspent, not uncommitted. The \$17 million that were given back were committed funds, but in the ordinary course of disbursements, they were not disbursed. I mean, one can say that Telefilm should have said it needed the money only in May; they would have said no, take it in March. However, that \$17 million. . . In fact, \$22 million was committed and therefore had to be borrowed from the next year's allocation; yet they were giving back \$17 million because the timing was that it was not disbursed in cash.

Mrs. Finestone: It was administrative, not governmental.

[Translation]

industrie culturelle et vous devez faire appel à d'autres moyens que le marché pour financer cette industrie, c'est-à-dire aux annonceurs publicitaires ou à des spectacles à grand succès.

M. Perlmutter: Et à Téléfilm.

M. Mortimer: Monsieur Caldwell, si vous me permettez, cette association coordonne les activités de ce comité national spécial de l'industrie du film qui lutte contre les propositions du Livre blanc. Je crois que nous avons tenu les membres de ce Comité informés des propositions à plus long terme auxquelles nous avons pensé. Nous continuerons de le faire.

Le président suppléant (M. Caldwell): Je crois que M^{me} Finestone voudrait une précision.

Mme Finestone: M. Pennock a parlé tout à l'heure du financement de Téléfilm, et si ce financement se poursuit. . . Comme vous l'avez dit, monsieur Roth, il est de 5 p. 100 puis grimpe à 25 p. 100 et à 65 p. 100, etc. À la fin de l'année, il se peut que cela vous ait coûté de l'argent ou que vous disposiez d'une somme que vous pouvez reporter sur les exercices ultérieurs, le tout étant fonction de l'état d'avancement des travaux de réalisation. Alors, la question que je voudrais vous poser est la suivante: la décision prise par le gouvernement de récupérer ces crédits en 1985 a-t-elle eu un effet négatif sur la façon dont Téléfilm est géré financièrement de par la nature même de cette industrie?

M. S. Roth: En effet, et je crois que deux problèmes se sont posés. Le premier était dû au fait que Téléfilm n'a pas géré lui-même ses crédits pour éviter que cette situation se produise. Tous les autres ministères ou organismes l'ont fait, pourquoi pas Téléfilm? Cela a eu une influence, c'est certain. On se trouvait dans une situation où des fonds étaient engagés mais n'avaient pas encore été déboursés et ont dû être rendus. En même temps, on savait que des sommes supérieures aux engagements avaient été promises si bien que Téléfilm a dû emprunter sur ses crédits de l'exercice suivant.

Mme Finestone: Monsieur Roth, si le gouvernement décide, ce qu'il a parfaitement le droit de faire, de récupérer, à la fin d'un exercice budgétaire, tous crédits non engagés. . .

M. S. Roth: Non dépensés, pas non engagés. Les 17 millions de dollars qui ont été rendus représentaient des fonds qui avaient été engagés, mais n'avaient pas été encore déboursés. On peut dire, après tout, que Téléfilm aurait dû dire qu'il n'avait besoin de cet argent qu'en mai; ils auraient dû dire non, prenez-le en mars. Cependant, ces 17 millions de dollars. . . En fait, 22 millions de dollars avaient été engagés et cet argent a dû, par conséquent, être emprunté du budget de l'année suivante; et pourtant, Téléfilm a dû rendre 17 millions de dollars parce que cet argent n'avait pas été déboursé en espèces.

Mme Finestone: C'était une décision administrative et non pas gouvernementale.

[Texte]

Mr. S. Roth: Or else the government should have recognized that it should not be on a cash basis; it should be on a commitment basis with an organization like Telefilm.

Mrs. Finestone: Thank you.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): We have unfortunately run out of time, but I left one thing hanging, Mr. Roth, with you in a discussion earlier. I was leading up to something, and, like a film it has to have an ending.

What I was getting to was that you want to be treated like an industry. Let us not have to carry the whole cultural mantle all by ourselves, but the first time anybody starts thinking that something is going wrong, they hang it on you and all of a sudden think we are doing something to our cultural industry. This is where the problem comes in. We cannot have it both ways. You want to be an industry—

Mr. S. Roth: The problem is exactly that. The problem is that demands are being made on us to fulfil a cultural mandate—for example, to make certain concessions to casting and other things, which may have an impact on our ability to sell the program elsewhere, rightly or wrongly—and yet at the same time to say it is an industry. Nothing is being done about the domination of our distribution system by the Americans and yet we are expected to eke out our living in a marketplace that, whether we like it or not, is 25 million people.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): Maybe you should have a system similar to the Auto Pact, which says for every car sold in Canada, one must be built here. Maybe we should say, for every American film shown in Canada, one must be made here.

Mr. Perlmutter: I think we have unanimous endorsement of that.

• 1350

Mr. Mortimer: Mr. Chairman, we asked the committee quite specifically in our brief to you to endorse our position that there should be some serious consultation between the industry and Telefilm at the earliest possible moment, including representation from the department.

Mrs. Finestone: We have a meeting, I think, on November 17 in Ottawa.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): So it may very well be that if anything develops there, your association will be called to give testimony.

Mr. Perlmutter: We will see you there.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): The meeting is adjourned.

[Traduction]

M. S. Roth: Ou bien alors le gouvernement aurait dû dire qu'une fois les dépenses engagées, cet argent devait être déboursé.

Mme Finestone: Je vous remercie.

Le président suppléant (M. Caldwell): Le temps nous manque malheureusement, mais je vous parlais de quelque chose tout à l'heure, monsieur Roth. J'avais une idée en tête et comme n'importe quel film, il doit y avoir une fin.

Ce que je voulais vous dire, c'est que vous voulez être traités comme n'importe quelle branche industrielle. Ne portons pas seuls le manteau culturel, mais dès que quelque chose semble aller de travers, on vous le fait porter et, tout d'un coup, chacun pense que notre industrie culturelle est en train d'être trafiquée. C'est là où le bât blesse. On ne peut pas tout avoir. Vous voulez être considérés comme une industrie. . .

M. S. Roth: C'est précisément cela. L'ennui, c'est qu'on nous demande de remplir un mandat culturel—par exemple, de faire certaines concessions sur le plan de la distribution et sur d'autres plans, qui peuvent influencer sur la vente éventuelle de ces émissions ailleurs, à juste titre ou non—tout en nous traitant comme une industrie. Rien n'est fait à propos de la domination qu'exercent les États-Unis sur notre réseau de distribution et pourtant, chacun s'attend à ce que nous subvenions à nos besoins au sein d'un marché qui ne compte, que cela nous plaise ou non, que 25 millions de personnes.

Le président suppléant (M. Caldwell): Peut-être devrions-nous instituer un système similaire au Pacte de l'automobile qui dit que, pour chaque voiture vendue au Canada, une doit être construite ici. Peut-être devrions-nous dire que, pour chaque film américain distribué au Canada, un doit être réalisé ici.

M. Perlmutter: Je crois que nous sommes tous d'accord sur ce point.

M. Mortimer: Monsieur le président, dans notre mémoire, nous demandions au Comité d'avaliser notre position selon laquelle des consultations sérieuses devraient être entreprises entre l'industrie et Téléfilm dans les meilleurs délais, y compris avec le ministère.

Mme Finestone: Je crois que nous en discuterons lors de notre séance du 17 novembre à Ottawa.

Le président suppléant (M. Caldwell): Ainsi, si quelque chose ressort de cette réunion, il se peut fort bien que votre association soit appelée à comparaître devant le Comité.

M. Perlmutter: Nous nous reverrons donc.

Le président suppléant (M. Caldwell): La séance est levée.

[Text]

[Translation]

AFTERNOON SITTING

• 1400

The Chairman: It is a distinct pleasure to welcome the vice-president, English Radio, of the Canadian Broadcasting Corporation, Mr. Michael McEwen. Mr. McEwen, I am sure my colleagues will have noted that you come by yourself. I do not know whether you are aware that there is an in-committee joke that it is sometimes almost a Cecil B. De Mille production when the corporation appears as a witness. But we are delighted to receive you. We welcome what you have to tell us and look forward to a lively discussion with you.

Mr. Michael McEwen (Vice-President, English Radio, Canadian Broadcasting Corporation): Thank you very much, Mr. Chairman. It is a pleasure to be here during your second phase of study on broadcasting policy. I wish you well in your deliberations and policy recommendations.

This past year has been a time of celebration and reflection for the CBC's English radio service. The 50th anniversary events last year led immediately into plans for our CRTC licence renewal hearing, which was held for four days in Hull last month. As we prepared highlights of our past and present successes, future plans and dreams, we knew we were talking about a radio service that had lost about \$10 million in the past three years alone, and facing us over the next three years was a further reduction of \$7 million. We were therefore fortunate and grateful that just prior to our CRTC appearance, senior management of the CBC, supported by the board of directors, presented a corporate plan promising radio almost full protection from further reduction for the next three years.

My intention today is not to recite details of how we have suffered and endured successive cuts. Certainly we have suffered along with the rest of the corporation. We have lost staff and resources and regrettably, I believe, compromised program quality. But we have endured. CBC Radio is alive and well and continues to be treasured and congratulated as the finest public radio service in the world. Our appearance before the CRTC and the almost 800 interventions from both friends and critics of radio confirmed that we are an integral and valued part of the Canadian broadcasting system.

Even with budget protection for the next three years, we cannot recoup what we have lost. Nonetheless, we are committed to maintaining, if not improving, our standards, given the resources we have. I would like to

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

Le président: Nous accueillons avec un extrême plaisir M. Michael McEwen, vice-président du réseau radiophonique anglais de Radio-Canada. Monsieur McEwen, je suis sûr que mes collègues auront noté que vous êtes venu seul. Je ne sais pas si vous êtes au courant—et c'est là une plaisanterie entre nous, membres de ce Comité—que l'on a parfois l'impression d'assister à la réalisation d'un film de *Cecil B. De Mille* lorsque la Société Radio-Canada comparait devant un comité. Mais nous sommes ravis de votre présence. Nous vous écouterons attentivement, et je suis sûr que nous aurons une discussion très vivante avec vous plus tard.

M. Michael McEwen (vice-président, radio anglaise, Société Radio-Canada): Je vous remercie infiniment, monsieur le président. Je dois dire que je suis ravi d'être ici, alors que vous examinez la deuxième partie de la politique gouvernementale en matière de radiodiffusion. Je vous souhaite un franc succès.

Nous venons de connaître une période de célébrations et de réflexion au service radiophonique anglais de Radio-Canada. Nous avons fêté notre 50^e anniversaire l'année dernière, et cette célébration a été immédiatement suivie des audiences de renouvellement de notre permis par le CRTC, audiences qui ont eu lieu le mois dernier à Hull pendant quatre jours. Alors que nous préparions les faits saillants de nos succès passés et présents, nos projets d'avenir, nos rêves, nous savions que notre service avait perdu environ 10 millions de dollars au cours des trois dernières années et que nous devions compter avec 7 millions de dollars en moins au cours des trois prochaines années. Nous avons donc été contents et reconnaissants que, juste avant notre comparution devant le CRTC, la haute direction de Radio-Canada, appuyée par le conseil d'administration, ait présenté un plan d'entreprise dans lequel il n'était prévu aucune nouvelle réduction du budget radio au cours des trois prochaines années.

Je n'ai pas l'intention de vous faire l'énumération de nos souffrances passées et des coupures budgétaires successives que nous avons dû endurer. Nous avons souffert, c'est certain, tout comme le reste de la société. Nous avons perdu des employés, des ressources et, fait regrettable, la qualité des émissions en a souffert. Mais nous avons survécu. La radio de Radio-Canada se porte bien et continue d'être choyée, félicitée et considérée comme la radio publique la plus intéressante du monde. Notre comparution devant le CRTC et les quelque 800 interventions d'amis et de critiques de la radio ont permis de confirmer le fait que nous faisons partie intégrante du réseau de radiodiffusion canadien et que nous sommes précieux.

Même si notre budget n'est pas réduit au cours des trois prochaines années, nous ne pouvons récupérer ce que nous avons perdu. Cependant, nous voulons à tout prix préserver, voire améliorer, notre service, compte

[Texte]

concentrate on English radio priorities for the next five years.

Our success in the past depended on our abilities to improve and evolve to meet the needs and demands of our listeners. Our success in the future depends on a similar pattern of planning and inspiration. Our priorities fall into three realities. The first is to maintain the radio service at existing levels and make certain improvements through redirection. The second priority is to make further editorial improvements with incremental funding. Our third priority considers incremental funding to extend our existing service and create additional ones. These priorities also address the recommendations of the Caplan-Sauvageau task force report, the impetus of your studies, and a clear affirmation of CBC Radio's role in the broadcasting spectrum.

Many of the recommendations made by Caplan-Sauvageau were also contained in such forward-thinking CBC documents as the report of the Radio Development Project and *Let's Do It*, published in December 1985. Similar ideas and intentions were repeated and reaffirmed in the papers we prepared for the CRTC. Our priorities are more fully discussed in these documents, which I have brought here today for your information and indeed have filed with the clerk of the committee for research purposes.

CBC Radio's first priority is to maintain our existing levels of service; that is, a national radio service on two complementary networks, the radio network and the stereo network. This also means maintaining a balance among all program areas: news, current affairs, sports, the arts, and performance programming, including drama, live music performance, variety, and comedy.

Maintenance also means safeguarding our decentralized system. At present on the radio network, local and regional programming accounts for approximately 30% of the schedule. In addition, half our network programming comes from the regions, in the form of program segments, inserts, or complete programs.

• 1405

On stereo there are fewer local time periods, but approximately 70% of the productions that appear on the full network originate in the regions. The result is that English radio as a whole depends on the regions for about two-thirds of all the programming heard on the radio and stereo networks.

We want to continue to present strong local and regional weekday prime-time programming and continue operations in all existing locations. As you know, our strong local service has been repeatedly challenged by the

[Traduction]

tenu des ressources mises à notre disposition. Permettez-moi de vous parler de nos priorités au cours des cinq prochaines années.

Notre succès par le passé était fonction des améliorations que nous réussissions à apporter et de notre évolution en vue de répondre aux besoins et demandes de nos auditeurs. À l'avenir, notre succès dépendra de ces mêmes facteurs de planification et d'inspiration. Nos priorités sont triples. La première est de maintenir les mêmes cotes d'écoute radiophonique et d'apporter certaines améliorations en rectifiant le tir. La deuxième est d'apporter des améliorations de fond grâce à l'apport de crédits supplémentaires. La troisième est d'obtenir des crédits supplémentaires pour étendre notre service actuel et pour en créer d'autres. Ces priorités répondent également aux recommandations du rapport du groupe de travail Sauvageau-Caplan, à l'apport de votre contribution et à la nette affirmation du rôle que joue le réseau radiophonique anglais au sein du réseau national.

Un grand nombre des recommandations proposées par Sauvageau-Caplan figuraient également dans des documents conjecturels de Radio-Canada comme le rapport du *Radio Development Project* et *Let's Do It*, publié en décembre 1985. Ces mêmes idées et ces mêmes intentions étaient reprises dans les documents que nous avons préparés pour le CRTC. Nos priorités sont approfondies dans ces documents que j'ai apportés avec moi aujourd'hui et que j'ai remis au greffier du Comité en espérant qu'ils vous aideront.

Notre première priorité est de maintenir les mêmes services que nous offrons actuellement, à savoir un service radiophonique national diffusé sur deux réseaux complémentaires, le réseau radiophonique et le réseau stéréophonique. Cela signifie également qu'il faut maintenir un équilibre entre tous les genres d'émissions: bulletins d'information, affaires courantes, sports, arts, arts de la scène, y compris le théâtre, les concerts en direct, les variétés et la comédie.

Cela signifie également que nous devons protéger notre réseau décentralisé. À l'heure actuelle, à la radio, les émissions locales et régionales représentent environ 30 p. 100 de nos émissions. De surcroît, la moitié de nos émissions proviennent des régions, qu'elles y soient réalisées en totalité, en partie ou en complément.

Moins d'émissions sont consacrées aux régions sur le réseau stéréophonique, mais environ 70 p. 100 des émissions radiophoniques diffusées sur le réseau national sont réalisées dans les régions. Ainsi, les deux tiers environ de toutes les émissions diffusées sur le réseau radiophonique et sur le réseau stéréophonique sont réalisées dans les régions.

Nous voulons continuer de présenter de bonnes émissions locales et régionales en semaine et aux heures de grande écoute et poursuivre nos opérations là où elles existent déjà. Comme vous le savez, notre présence locale

[Text]

Canadian Association of Broadcasters, most recently at the CRTC hearing. You may have heard this challenge repeated throughout your travels in meetings such as this one. I emphatically reject the CAB's charge of duplication of service in communities. Furthermore, I believe their notion simply does not bear up under even the most superficial editorial scrutiny.

Starting in the early 1970s, the revitalization of CBC Radio was achieved through rooting the service in the community and assuring the community of reflection on the national airwaves. Having a strong local and regional base for coverage and reflection is completely consistent with how people use the radio medium, and I also believe with our mandate. Surely people who use public radio should receive the same consideration as those who use commercial stations. CBC listeners want and deserve a balance of local, regional, national, and international programming.

Lastly, as a constant radio listener it is my professional opinion that private radio aspires to, but never does, duplicate the quality and range of our programming.

As I said before, our first priority is maintenance, with improvements to be made through redirection of existing funds. We are pledged to increase Canadian content in popular music. Our promise of performance will be amended for the next licence period to specify 40% rising to 50% popular music on radio, and 35% rising to 40% Canadian content in popular music on the stereo network.

We want to have more Canadian classical music repertoire available for broadcast. This depends on a continuation or increase of our already high level of commissioning and recording of works.

You will hear more women on the air and representation from more minorities. We have attached specific program objectives to these priorities, as we have to the coverage and celebration of issues and events that pertain to multiculturalism and native affairs.

We want to improve and re-emphasize recruitment and training. By curtailing these activities over the past few years, we have jeopardized the quality of our programs. If we cannot develop our own talent base, if we cannot recruit, train, and move promising people from one part of the country to another, then we offer fewer opportunities for our employees and our program standards will decline.

Public radio must innovate and take risks. While we have been struggling to maintain current standards, there has been nothing left to develop new ideas and projects, to

[Translation]

a été contestée à de nombreuses reprises par l'Association canadienne des radiodiffuseurs, et tout dernièrement lors des audiences du CRTC. Vous avez peut-être même entendu ce même refrain au cours de vos déplacements. Je rejette avec la plus grande vigueur l'accusation portée par l'Association canadienne des radiodiffuseurs selon laquelle les services locaux se recoupent. De plus, je crois que leurs idées ne résistent pas à l'examen le plus superficiel.

A compter du début des années 70, on a injecté du nouveau sang dans la radio de Radio-Canada en implantant la radio dans les collectivités et en assurant un pot-pourri régional et local sur les ondes nationales. Être solidement implantés à l'échelle locale et régionale, diffuser des émissions à caractère local et régional, correspond à la façon dont les gens utilisent la radio et cadre bien, je crois, avec notre mandat. Ceux qui ont recours à la radio publique devraient au moins recevoir la même considération que ceux qui ont recours à la radio commerciale. Les auditeurs de Radio-Canada désirent un pot-pourri d'émissions locales, régionales, nationales et internationales et les méritent.

Enfin, en tant qu'auditeur chevronné, j'estime, de par mon expérience professionnelle, que la radio privée cherche, sans y parvenir toutefois, à reproduire la qualité et la portée de nos émissions.

Comme je l'ai dit auparavant, nous cherchons avant tout à maintenir notre service, toute amélioration étant apportée en essayant de réorienter les crédits mis à notre disposition. Nous devons diffuser davantage de musique populaire canadienne. Notre statut sera modifié au cours de la prochaine période de réglementation pour que la musique populaire diffusée à la radio soit portée de 40 p. 100 à 50 p. 100, et sur le réseau stéréophonique de 35 p. 100 à 40 p. 100.

Nous voulons élargir notre répertoire de musique classique canadienne. Pour ce faire, nous devons continuer de commander des oeuvres et de les enregistrer, ou même d'en augmenter le nombre, qui est déjà élevé.

Vous entendrez davantage de femmes à la radio, et davantage de minorités seront représentées. Nous nous sommes donné certains objectifs précis, et ces objectifs portent non seulement sur les priorités que nous avons déjà citées, mais aussi sur la diffusion et la célébration d'événements proprement multiculturels ou autochtones.

Nous voulons améliorer nos méthodes de recrutement et de formation et y axer davantage nos efforts. En les réduisant au cours des dernières années, nous avons compromis la qualité de nos émissions. Si nous ne pouvons pas fournir nos propres talents, si nous ne pouvons pas recruter, former et déplacer les gens les plus prometteurs d'un bout à l'autre du pays, nous offrirons alors moins de débouchés à nos employés, et nos émissions en souffriront.

La radio publique doit innover et courir des risques. En essayant de maintenir les mêmes normes que par le passé, nous n'avons pas pu découvrir de nouvelles idées

[Texte]

take risks and explore and exploit new technology. Therefore, a redirection priority must address technical and creative innovation.

Improvements made through redirection will naturally be made to serve the audience, to broaden the audience base and attract the optimum number of listeners to CBC radio and stereo programs. We will continue to serve special-interest audiences and would like to introduce new special-interest programs where appropriate. We would want to increase Canadian performance programming on stereo and strengthen national, regional, and local information programming on radio.

I am sure you realize that when resources are redirected to meet priorities, lesser priorities must be dropped or reduced. Difficult choices must be made. Redirection to one program could mean the reduction of resources for another. For instance, in our recently announced B.C. improvement plan, redirection will make possible a stereo transmitter and increased editorial service for Victoria and new bureaus in Kamloops, Kelowna, and Prince George. But this ambitious and positive plan can only be achieved if funds are redirected from operations and programming in Prince Rupert and from program resources in Vancouver.

Our second and third priorities do depend on additional money. Incremental funding for improvements to the present radio service would see more editorial resources in both information and performance programming, more free-lancers and stringers to supplement domestic and international coverage. We would produce more original programs and fewer repeats, except for editorial reasons, and there would be more risk-taking and program innovation. Further incremental funding, our third priority, would expand our editorial coverage of the country and provide better penetration and distribution. We would resume the accelerated coverage plan and the affiliate replacement program. As the Caplan-Sauvageau report recommended, we would also continue the extension of the stereo network to centres with 40,000 population and more. Likewise, we would open journalistic bureaus or storefronts in communities of 100,000 and more.

[Traduction]

ou de nouveaux projets, courir des risques ou explorer et exploiter les nouvelles techniques. En conséquence, nous devons rajuster le tir et nous préoccuper de l'innovation technique et créatrice.

Les améliorations ainsi apportées profiteront tout naturellement à nos auditeurs, nous permettront de multiplier le nombre de ces auditeurs et d'en attirer le plus grand nombre. Nous continuerons de réaliser des émissions à caractère spécial et nous aimerions même en réaliser de nouvelles s'il y a lieu. Nous aimerions également augmenter le nombre d'émissions portant sur les arts de la scène sur notre réseau stéréophonique et multiplier nos bulletins de nouvelles nationales, régionales et locales sur le réseau radiophonique.

Vous vous rendez sans doute compte que lorsque les ressources mises à notre disposition sont réorientées pour respecter certaines priorités, celles qui revêtent un caractère moins important doivent être abandonnées ou réduites. Des choix difficiles s'imposent donc. Consacrer davantage de ressources à une émission pourrait entraîner une diminution des ressources pour une autre émission. Par exemple, dans le cadre de notre plan d'amélioration pour la Colombie-Britannique que nous venons d'annoncer, cette réorientation permettra d'y installer un émetteur stéréophonique et d'accroître les services de rédaction à Victoria et de créer de nouveaux bureaux à Kamloops, Kelowna et Prince George. Mais ce plan ambitieux et positif ne peut être mis en oeuvre que si les opérations et les émissions de Prince Rupert et certaines émissions de Vancouver sont réduites.

Nos deuxième et troisième priorités dépendent effectivement de l'injection de crédits supplémentaires. Si nous obtenions ces crédits, nous consacrerions davantage de ressources aux bulletins d'information et aux émissions portant sur les arts de la scène, nous engagerions davantage de pigistes et de correspondants chargés de couvrir davantage d'événements nationaux et internationaux. Nous réaliserions davantage d'émissions et diffuserions moins de reprises, sauf pour des raisons de rédaction, et nous courrions davantage de risques et innoverions davantage. Des crédits supplémentaires, soit notre troisième priorité, nous permettraient de couvrir davantage d'événements nationaux et d'offrir une meilleure pénétration et distribution. Nous reprendrions notre plan de couverture accéléré et nos programmes de remplacement de stations affiliées. Comme l'a recommandé le rapport Caplan-Sauvageau, nous continuerions également d'étendre notre réseau stéréophonique aux agglomérations de plus de 40,000 habitants. De même, nous ouvririons des bureaux de presse dans les collectivités de plus de 100,000 habitants.

• 1410

We would explore avenues for increased co-operation and co-production with private broadcasters, specifically in the fields of popular music and youth programming. There is still room for us to explore the possibility of additional services on cable. Naturally we would ensure

Nous examinerions tout effort de coopération et de coproduction accrue avec les radiodiffuseurs privés, en particulier dans le domaine des variétés et des émissions destinées aux jeunes. Nous pourrions également envisager d'offrir davantage de services câblodiffusés. Évidemment,

[Text]

that additional services were complementary to the two basic network services we now have.

Mr. Chairman and members of the committee, I thank you for your attention this afternoon. I am heartened by recent positive and hopeful signs that we may at least be able to halt further erosion of our radio services. I modestly believe that radio is well managed. The radio medium is fast, efficient, and immediate. Managerially we are a lean operation. I am confident that with careful realignment of available resources it may even be possible to make some modest improvements.

I am also confident that the many Canadian who are following your deliberations and who intervened on our behalf to the CRTC want to see CBC radio survive and thrive. We are all committed to a strong distinctive Canadian public radio service central to the national life and the national consciousness. Thank you.

The Chairman: Thank you, Mr. McEwen. I think you were wise a week ago Monday to have invited British Columbia Members of Parliament from all parties to hear your plan for the re-adjustment in British Columbia. It is not easy, but I think you did it as well as it could have been done under the circumstances. There seems to be some understanding of the reallocation of resources. You made a public announcement.

Mr. McEwen: Yes, sir, I did. It was two days later in Victoria.

Ms McDonald: The Member of Parliament for Skeena wants me to ask you some questions about this. I wonder if you might clarify what is happening to the Prince Rupert station and what is going to happen to CBC radio service in that part of British Columbia.

Mr. McEwen: Very briefly, Ms McDonald, Prince Rupert has a staff of approximately 12 or 13 people and there is a staff in Vancouver of 4 or 5 who produce a program for the interior of B.C. We are taking the resources of those two areas and spreading it throughout the province. We propose to reduce the staff in Prince Rupert and redirect that staff to Prince George, Kelowna, and Kamloops and, with help from the redirection from Vancouver, into Victoria so that we spread the resources throughout the whole province.

Prince George would then produce a subregional morning show for the northern part of the province. We would leave two staff members in Prince Rupert. They would cover Prince Rupert, the Queen Charlottes, and the Skeena Valley and send their editorial material to Prince George. It would be included as part of the subregional show. From Prince George down to Vancouver would be part of the provincial network and, where appropriate, on the national network.

Kelowna would produce for the southern part of the province with a two-person bureau in Kamloops. What

[Translation]

nous nous assurerions au préalable que ces services complémentaires n'iraient pas à l'encontre des deux services de base que nous offrons déjà.

Monsieur le président, mesdames et messieurs, je vous remercie de votre attention. Les indices positifs qui me permettent de croire que nous pourrions au moins mettre un terme à toute nouvelle érosion de nos services radiophoniques sont très encourageants. Très modestement, je crois que la radio est bien gérée. Ce médium est rapide, efficace et immédiat. Nos opérations sont saines sur le plan administratif, et je suis sûr que la réorientation de nos ressources nous permettra, si nous agissons prudemment, d'y apporter quelques modestes améliorations.

Je suis également sûr que les nombreux Canadiens qui suivent vos délibérations et qui sont intervenus en notre nom devant le CRTC désirent que la radio survive et s'épanouisse. Nous voulons tous que notre radio publique soit distinctement canadienne et centrée autour de la vie et de la conscience nationale. Je vous remercie.

Le président: Merci, monsieur McEwen. Je crois que vous avez bien fait d'inviter, il y a environ une semaine, les députés de la Colombie-Britannique de tous les partis politiques à entendre votre plan de rajustement pour la Colombie-Britannique. Ce n'est pas facile, mais je crois que vous avez fait de votre mieux, vu les circonstances. Certains semblent comprendre cette réaffectation forcée des ressources. Vous l'avez annoncé publiquement.

M. McEwen: Oui, c'est exact. Je l'ai annoncé publiquement deux jours plus tard, à Victoria.

Mme McDonald: Le député de Skeena voudrait que je vous pose certaines questions à ce sujet. Pourriez-vous nous dire ce qu'il adviendra de la station de Prince Rupert et quel service offrira la radio de Radio-Canada dans cette région de la Colombie-Britannique?

M. McEwen: Très brièvement, madame McDonald, la station de Prince Rupert compte environ 12 ou 13 employés, et quatre ou cinq employés à Vancouver sont chargés de réaliser une émission destinée à l'intérieur de la Colombie-Britannique. Nous réaffecterons les ressources de ces deux secteurs dans toute la province. Nous avons l'intention de réduire le personnel de Prince Rupert et de muter ces employés à Prince George, Kelowna et Kamloops, et, si l'on compte la réaffectation des ressources de Vancouver, à Victoria, pour que ces ressources puissent profiter à toute la province.

La station de Prince George produirait alors une émission du matin sous-régionale qui s'adresserait à la partie nord de la province. Deux employés resteraient à Prince Rupert. Ces employés couvriraient Prince Rupert, les îles de la Reine-Charlotte et la vallée de la Skeena et enverraient leurs papiers à Prince George. Cela ferait partie de l'émission sous-régionale. Ces émissions seraient diffusées sur le réseau provincial, de Prince George à Vancouver, et, s'il y a lieu, sur le réseau national.

La station de Kelowna produirait les émissions destinées à la partie sud de la province, et nous ouvririons

[Texte]

the Prince Rupert bureau is doing for Prince George, Kamloops would be doing for Kelowna, producing a morning show and feeding provincial material to Vancouver and then to the network where appropriate.

Vancouver's local regional programming would shift its focus and would expand from just the lower mainland to include Vancouver Island, with a bureau in Victoria inputting their material to Vancouver. Then it would be heard back to the people of Victoria and up the island. That is essentially the editorial plan.

• 1415

Ms McDonald: I have many questions I would like to ask you regarding the inclusion of women in radio, in management and on the air. I remember the old days of agitation when the corporation's point of view was that neither men nor women liked to hear women's voices. You have moved from it obviously, but still we do not hear many women's voices on CBC radio. Could you be precise, perhaps in writing, as to where you are now regarding percentages of hosts, journalists and so forth, where you expect to be in the near future, and what aims you have?

Mr. McEwen: Yes. I could. Actually I have the information for you now if you would like it. Approximately one-third of all our production staff are women. At the network level, 10 out of 18 or about half of our managers are women. Of 94 hosts in the regions, 29 or about one-third are now women. From the network, out of 36 hosts, 8, or approximately one-quarter, are women.

Frankly, we do not think these numbers are good enough, although they represent marked improvements over the last few years. We have specific objectives to raise these levels to 50%, which is the corporate goal. For example, with regard to objectives for portrayal of women on local and regional morning shows, we want by March 1988 to have at least one of the program's regular personalities, host, co-host or news reader, to be a woman. This is not easy to achieve, because people have tenure in their jobs in some of these areas and what not. We hope to do it through attrition and developmental assignments. This is the kind of specific... and over the next five years, as we indicated to the CRTC, along with the corporation, we hope to work towards this 50% level.

Ms McDonald: Okay, 50% in five years is a reasonable goal.

Mr. McEwen: We hope it is. We have made a lot of progress so far and it is within reach. There is a consensus

[Traduction]

un bureau à Kamloops, où deux employés seraient affectés. Ce que fait le bureau de Prince Rupert pour Prince George, Kamloops le ferait pour Kelowna et réaliserait donc une émission du matin et enverrait tout matériel intéressant la province à Vancouver, matériel qui pourrait être diffusé sur le réseau national.

Les émissions locales de Vancouver seraient réorientées et couvriraient non seulement le sud de la province, mais également l'île de Vancouver, le bureau de Victoria envoyant son matériel à Vancouver. Ces émissions seraient ensuite diffusées à Victoria et dans l'île. Voilà, grosso modo, le plan destiné à la Colombie-Britannique.

Mme McDonald: J'ai bien des questions à vous poser à propos des femmes dans le domaine de la radio, au niveau de la gestion et des services de diffusion. Dans le temps, il y avait toute une agitation parce que le point de vue de la société, c'était que ni les hommes ni les femmes n'aimaient entendre une voix de femme sur les ondes. De toute évidence, cette attitude a changé un peu, mais nous n'entendons quand même pas beaucoup de femmes à la radio de Radio-Canada, même aujourd'hui. Peut-être pourriez-vous nous préciser, par écrit, où en est la situation concernant le pourcentage d'animateurs, de journalistes, et ainsi de suite, et quel genre de chiffres vous prévoyez atteindre dans un avenir plus ou moins rapproché, et quels sont vos objectifs.

M. McEwen: Oui, je pourrais le faire. J'ai même tous ces renseignements-là devant moi, si vous les voulez. Environ un tiers de tout notre personnel de production est composé de femmes. Au niveau du réseau, 10 de nos 18 gestionnaires sont des femmes, soit environ la moitié. Sur les 94 animateurs en région, il y en a 29, soit environ un tiers, qui sont des femmes. Pour le réseau, sur 36 animateurs, il y en a huit, soit environ un quart, qui sont des femmes.

Franchement, ces chiffres ne sont pas satisfaisants, même pour nous, quoiqu'il s'agisse là d'une amélioration marquée par rapport aux quelques dernières années. Notre objectif précis est d'amener ces chiffres jusqu'à 50 p. 100. Par exemple, pour ce qui est du nombre de femmes présentes aux programmes locaux et régionaux du matin, dès mars 1988, nous voulons qu'au moins une des «vedettes» régulières, c'est-à-dire animateur ou coanimateur ou lecteur de nouvelles, soit une femme. Ce n'est pas facile d'atteindre cet objectif, parce que les gens ont de l'ancienneté, et que sais-je encore. Nous espérons l'atteindre grâce à l'attrition et aux réaffectations. C'est le genre d'objectif précis... et pendant les cinq prochaines années, comme nous l'avons précisé au CRTC, de concert avec la société, nous espérons pouvoir atteindre ce niveau de 50 p. 100.

Mme McDonald: Bon, 50 p. 100 en cinq ans, c'est un objectif raisonnable.

M. McEwen: Nous l'espérons. Nous avons fait beaucoup de progrès jusqu'ici, et l'objectif est à notre

[Text]

in the radio service that this is a worthwhile and an attainable goal.

Ms McDonald: A couple of years ago the CBC changed radio schedules and changed programming a great deal with the idea of getting to a younger audience. I have asked the question of estimates and have not received much by way of an answer except some ad hockery. I wonder if you could give us perhaps in writing later how this has worked in terms of reaching out to younger audiences and total audience shares.

Mr. McEwen: I could briefly respond now. We tried not necessarily to shift the balance so that the bulk of our listeners would be 18 years of age but to try to push our demographic down. We had a demographic that was ageing. Over 50% of our audience was over 50. We wanted to get a larger share of the 35-to-50 age group.

Ms McDonald: Are you doing it?

Mr. McEwen: Modestly, but not fast enough, in our view.

Ms McDonald: Would you be able to provide us with some actual data on it?

Mr. McEwen: Yes.

Ms McDonald: You did refer to fostering of classical music, composition and so forth. I wonder if you could be a little bit more precise about the CBC's role, and radio's role particularly, in stimulating Canadian composition.

Mr. McEwen: We believe we are the only game in town. If we were not both having Canadian composition and Canadian repertoire of the masters' works, there would be very little to hear on the air in terms of live performance or in terms of recorded performance.

We are now running about 15% Canadian repertoire. This is a huge increase over the last five years, almost 100%. Our own internal target is to move to 20% over the next five years in both Canadian composition—that is, Canadian composers—and in—

Ms McDonald: This is purchasing what is already out there and playing it.

Mr. McEwen: No, it is sometimes commissioning new material; that is, it is both. We have a role to do both. Sometimes we obviously are not the only source and outlet for these people. Sometimes they will go to, say, the Winnipeg Symphony Orchestra and the Winnipeg Symphony Orchestra will play one of their pieces. We will hear it and say it is a piece of repertoire we would like. Therefore we will then record it, and it will have obviously both Canadian performance and Canadian

[Translation]

portée. Dans nos services de radio, les gens s'accordent à dire que c'est là un objectif qui en vaut la peine et que l'on peut atteindre.

Mme McDonald: Il y a quelques années, Radio-Canada a énormément changé ses horaires et sa programmation pour atteindre des auditoires plus jeunes. J'ai cherché à savoir le prix de tout cela, et l'on m'a servi des réponses on ne peut plus vagues. Vous pourriez peut-être nous faire parvenir une réponse écrite un peu plus tard nous disant quelle est maintenant votre part totale du marché et si vous avez réussi à atteindre des auditoires plus jeunes.

M. McEwen: Je puis vous répondre dès maintenant, en peu de mots. Nous ne cherchions pas à atteindre un maximum de jeunes de 18 ans; nous voulions plutôt abaisser un peu la cote démographique. La moyenne d'âge de notre auditoire était très élevée. Plus de 50 p. 100 de notre auditoire avait plus de 50 ans. Nous voulions aller chercher un peu plus de notre auditoire chez les 35 à 50 ans.

Mme McDonald: Et vous réussissez?

M. McEwen: Tranquillement, mais non pas assez vite, à notre avis.

Mme McDonald: Et vous pourriez nous envoyer des chiffres concrets à ce propos?

M. McEwen: Oui.

Mme McDonald: Vous avez dit vouloir encourager la musique classique, la composition d'oeuvres, et ainsi de suite. Peut-être pourriez-vous nous préciser un peu quel rôle peut jouer la Société Radio-Canada, et plus particulièrement du côté de la radio, lorsqu'il s'agit de stimuler les compositeurs canadiens.

M. McEwen: Nous pensons être le seul acheteur en ville. Si nous n'encourageons pas les compositeurs canadiens ni le répertoire canadien d'oeuvres des grands maîtres, on n'entendrait vraiment pas grand-chose à la radio dans le domaine des concerts en direct ou même des enregistrements.

Notre répertoire canadien se situe aux alentours des 15 p. 100. C'est une augmentation énorme que nous avons vue pendant ces cinq dernières années, c'est-à-dire presque 100 p. 100. Notre propre objectif est de passer à 20 p. 100 pendant les cinq prochaines années au niveau de la composition canadienne, c'est-à-dire les compositeurs canadiens et. . .

Mme McDonald: C'est-à-dire que vous allez acheter ce qui existe déjà pour le faire jouer.

M. McEwen: Non; parfois, nous passons une commande pour quelque chose de nouveau; c'est-à-dire que nous faisons les deux. Nous jouons les deux rôles. De toute évidence, nous ne sommes pas le seul recours pour ces gens. Parfois, ils iront voir, disons, l'orchestre symphonique de Winnipeg, qui jouera une de leurs oeuvres. Nous l'entendons et trouvons que c'est un morceau du répertoire que nous aimerions acquérir. Nous l'enregistrons donc, ce qui nous donne, évidemment, une

[Texte]

composition as part of it. We are very proud of our record and the increases we have made over the last five years, and we have pledged commitments to maintain that increase and to try to improve upon it.

• 1420

Ms McDonald: I have a variety of questions I would like to pursue. One raised in Montreal with the CBC is the syndicating programs for private Canadian stations. Could you tell us what your plans are here?

Mr. McEwen: We feel that in a few areas there is a chance the CBC can play a very special role with the private broadcasters, and that is producing youth programs—for example, foreground programming on rock stations that have a principally teenage or early 20s audience. I have had some informal conversations with some people in the private sector about doing that. Basically, our proposal is we have some production expertise but we do not have the demographics to make it work, so why not utilize our production expertise and take the program, syndicate it through your stations on a cost-recovery basis, but we would provide news for youth, entertainment material, information for youth, plus music geared for that audience. That is one idea.

Ms McDonald: These are just at the idea stage.

Mr. McEwen: Yes. I have made some approaches, but I have to be honest and say that I have not had a lot of positive feedback. But we would like very much to enter into some arrangements.

I think also there is a special role in helping to develop Canadian talent that is of a non-hard-rock commercial value. It could be in the jazz area, in the folk area, and that is not just established talent with record companies that take rock bands and put them on tours or whatever. We have a special role there, and I think we are going to try to work with FACTOR and some of the private stations across the country and develop this side of the popular talent category as well.

Ms McDonald: You talked about these storefront operations. I guess I am more used to thinking of these as purveyors of justice rather than broadcasting. Are these going to be replacing stations? Are these going to be in addition, or is this an economy move to reduce. . .?

Mr. McEwen: When I refer to storefronts, I am referring to it in the positive sense—in other words,

[Traduction]

oeuvre canadienne au niveau et du compositeur et des interprètes. Nous sommes fiers de ce que nous avons accompli et de l'augmentation dont nous avons été responsables pendant les cinq dernières années, et nous nous sommes engagés à maintenir cette augmentation, et même à l'améliorer, le cas échéant.

Mme McDonald: J'ai d'autres questions d'un ordre différent à vous poser. Une question posée à la société, à Montréal, c'est cette histoire de programmes communs pour les stations canadiennes privées. Pouvez-vous nous dire où en sont vos propres plans à ce niveau?

M. McEwen: Nous pensons que dans quelques domaines bien précis, la société pourrait jouer un rôle très spécial auprès des diffuseurs privés, c'est-à-dire au niveau de la production de programmes pour la jeunesse: par exemple, programmation de premier plan pour les stations «rock», dont l'auditoire se compose principalement d'adolescents ou de jeunes qui ont à peine amorcé la vingtaine. J'en ai parlé, à titre officieux, avec certains du secteur privé. Fondamentalement, nous proposons une certaine expertise au niveau de la production, mais nous n'avons quand même pas la démographie qui nous permette de réussir; alors, pourquoi ne pas nous servir de notre expertise, réaliser le programme, le vendre à vos diverses stations privées, tout simplement pour recouvrer nos frais, mais cela nous permettrait de fournir un service de nouvelles pour la jeunesse, quelque chose du côté divertissement, renseignements pour la jeunesse, le tout accompagné d'une musique qui plaît à ce genre d'auditoire. C'était une de nos idées.

Mme McDonald: Vous n'en êtes qu'à l'étape des idées.

M. McEwen: Oui. J'ai abordé certaines personnes, mais en toute honnêteté, je dois dire que je n'ai pas eu énormément de réponses positives. Mais nous aimerions bien conclure quelque accord du genre.

Je crois aussi que nous avons un rôle spécial à jouer pour aider à développer le talent canadien qui a une certaine valeur commerciale sans être du *hard rock*. Peut-être le jazz ou le folklore, et il ne s'agit pas de faire comme les compagnies de disques qui achètent des valeurs sûres, des talents qui ont déjà pignon sur rue, pour leur faire faire des tournées de promotion, et que sais-je encore. Nous avons là un rôle spécial à jouer, et je crois que nous allons essayer de travailler avec FACTOR et quelques-unes des stations privées à travers le pays pour essayer de mousser cette catégorie populaire de talents.

Mme McDonald: Vous parlez de «bureaux au rez-de-chaussée donnant sur la rue». Moi, cela me fait penser à ces bureaux d'avocats nouveau genre plutôt qu'à la radiodiffusion. Est-ce que ce genre d'installations va remplacer vos stations? Cela s'ajoutera-t-il à ces stations, ou s'agit-il de mesures d'économie pour diminuer. . .?

M. McEwen: Lorsque je fais référence à ce genre de choses, pour moi, c'est quelque chose de positif; en

[Text]

additions to our operations or, where it makes sense as in the province of British Columbia, a redirection.

Ms McDonald: In the case of Prince Rupert, it is going to go from being a station to being a storefront.

Mr. McEwen: Absolutely.

Ms McDonald: What other ones are going to be reduced?

Mr. McEwen: We have no plans to reduce anything, because it does not work in that sense in any other province. For example, it does not make a lot of sense to reduce Windsor to a storefront, to put a storefront into London, because Windsor is already serving a population area of some 400,000 or 500,000 people.

Ms McDonald: So the only place where this would be a reduction from a station to a storefront is Prince Rupert.

Mr. McEwen: That is right.

Ms McDonald: In all other cases throughout the country, storefronts would be additional—

Mr. McEwen: Assuming incremental funding, and I have been very clear about that. If we maintain our present levels, we are not going to be doing any storefronts beyond what we have suggested.

Ms McDonald: Is this a 2% to 3% increment, or are you looking for—

Mr. McEwen: What we would need in hard dollar terms is \$5 million of capital and \$7 million annually in operating to put the whole storefront plan in, as it was suggested in the radio development project and recently reconfirmed in our own review. We have it all costed out, and it is all set to go. This would be a very positive thing, because what it addresses is the geographic black holes in our coverage area. I will not take your time to go across the country, but there are many of them, and I am sure that in your travels you have heard complaints.

Ms McDonald: We are concerned about those black holes, believe me. I do not think, and I do not think my colleagues think, there should be places where the CBC is not.

Mr. McEwen: We share that with you. I think we have a very positive plan.

I just want to tell you the negative side of storefronting, and you have raised it. When we were looking at having a further reduction of \$7 million, we did have a plan to reduce some of our established stations in the Maritimes and in Ontario to levels of storefront and reconfiguring the whole regional system. With the kind of budget protection we have been given by senior management and

[Translation]

d'autres termes, nous ajoutons à ce que nous faisons déjà ou, lorsque c'est un peu plus logique, comme en Colombie-Britannique, par exemple, c'est un redémarrage.

Mme McDonald: Dans le cas de Prince Rupert, la station disparaîtra pour faire place à une de ces petites «boutiques».

M. McEwen: Absolument.

Mme McDonald: Et quelles autres stations allez-vous couper?

M. McEwen: Nous n'avons pas l'intention de couper quoi que ce soit, parce que la situation n'est pas la même dans les autres provinces. Par exemple, il n'est pas du tout sensé de transformer la station de Windsor en «boutique», pour ensuite rajouter une «boutique» à London, parce que Windsor dessert déjà une population de quelque 400,000 à 500,000 personnes.

Mme McDonald: Donc, il n'y a qu'à Prince Rupert que vous feriez cela.

M. McEwen: Exactement.

Mme McDonald: Dans tous les autres cas, partout au pays, ces «boutiques» s'ajouteraient. . .

M. McEwen: Si on obtient les fonds nécessaires, et cela, je l'ai dit très clairement. Si nos budgets n'augmentent pas, nous ne pourrions rien faire de plus, à part ce que nous avons déjà proposé.

Mme McDonald: Et vous cherchez une augmentation de 2 à 3 p. 100, ou cherchez-vous. . .

M. McEwen: Pour réaliser ces «boutiques», il nous faudrait 5 millions de dollars en capital et quelque 7 millions de dollars annuellement pour nos frais d'exploitation, comme nous l'avons énoncé au niveau du projet de développement de la radio et comme nous l'avons récemment confirmé, encore une fois, dans notre propre révision. Nous connaissons déjà quels en seraient tous les frais, et tout est prêt pour le lancement. Ce serait quelque chose de très positif, parce qu'on réussirait à atteindre certains endroits qui ne reçoivent pas notre signal à l'heure actuelle. Je ne vous en donne pas le détail, mais il y en a beaucoup, et je suis sûr que vous avez entendu diverses plaintes pendant vos déplacements.

Mme McDonald: Ces «trous noirs», comme vous les appelez, nous intéressent énormément, croyez-moi. Je ne crois pas qu'il devrait exister d'endroits au Canada où la Société Radio-Canada n'est pas entendue, et je crois que mes collègues sont aussi du même avis.

M. McEwen: Nous aussi. Je crois que nous avons un plan très positif.

Quant à ces «stations boutiques», il existe un certain côté positif, et vous en avez parlé. Lorsque nous avons envisagé une diminution supplémentaire de 7 millions de dollars, nous avons prévu un plan visant à réduire le rôle de certaines de nos stations bien établies aux Maritimes et en Ontario, pour les ramener au niveau de ces «boutiques» tout en restructurant tout notre réseau

[Texte]

the board, we have been able to shelve that plan and put it away, and it is not something we will act on.

• 1425

Ms McDonald: Okay. Speaking of cuts, to what extent have local and regional news programs been cut back?

Mr. McEwen: Well, let me put it to you globally and then give you some very specific examples. I referred to the fact that we have lost \$10 million over the past 3 years. That is both real dollar loss and buying-power loss due to no money for inflation.

Ms McDonald: So these are inflated dollars—real dollars.

Mr. McEwen: Real dollars. And out of that about \$6 million has come from the regions and about \$4 million from the network, and that is in keeping with how we spend our money. We spend our money about 60% in the regions and at about 40% at the network.

It expresses itself in several ways. Sudbury, for example, which used to have a full-time stringer in Timmins, does not have one any more. So they lose that kind of daily editorial contact with a community. There is less travel money. There is much more phone work going on in local, regional programs. There is a shortened performance season of local orchestras, or less drama that is on the air.

At the network level, it is expressed in more repeats. With *Morningside*, not only do we repeat the best of *Morningside* in the evening, which probably makes sense for editorial reasons, but we also repeat it for about three and a half months during the year, and the complaints we got this year from listeners... I have a stack of them, and we are driving them crazy.

Another example is *Ideas*. Normally we would repeat maybe about 25% of the *Ideas* series—those that lend themselves editorially to repeat, because they are good programs. We are now repeating 100% of the *Ideas* season.

So that is how it has expressed itself. We have kept everything going, which is our obligation, and it is appropriate to do so, but we have compromised the editorial process inside, and that is how it is heard on the air.

Ms McDonald: Getting on to a distribution question, now, the carriage of CBC radio in stereo by cable across the country—what percentage of coverage do you get through cable?

[Traduction]

régional. Grâce à la protection budgétaire que nous accordent la haute direction et le conseil d'administration, nous avons pu mettre ce plan au rancart, et nous ne le réaliserons pas.

Mme McDonald: Parfait. A propos de réductions, dans quelle mesure a-t-on réduit les programmes de nouvelles locales et régionales?

M. McEwen: Je vous en parle d'abord globalement, pour ensuite vous donner quelques exemples précis. J'ai déjà dit que nous avons perdu quelque 10 millions de dollars pendant les trois dernières années. C'est l'addition des dollars véritablement perdus, ainsi que de la diminution de notre pouvoir d'achat à cause de l'inflation.

Mme McDonald: Donc, ce sont des dollars augmentés du facteur de l'inflation, c'est-à-dire des dollars réels.

M. McEwen: Des dollars réels; et sur ce montant, six millions ont été imputés aux régions et quatre millions au réseau, et c'est proportionnel à notre façon de dépenser nos fonds. Nous dépensons environ 60 p. 100 de nos budgets dans les régions et 40 p. 100 au niveau du réseau.

Cela se fait de plusieurs façons. Pour Sudbury, par exemple, il y avait anciennement un collaborateur à temps plein à Timmins qui n'est plus là. Donc, on perd ce genre de contact éditorial quotidien avec une collectivité donnée. Il y a moins d'argent pour voyager. Dans les programmes locaux ou régionaux, on en fait beaucoup plus par téléphone. La saison réservée aux orchestres locaux est abrégée et l'on passe moins de dramatiques à la radio.

Au niveau du réseau, on répète les programmes plus souvent. Pour *Morningside*, non seulement nous faisons repasser les meilleures tranches de ce programme en soirée, ce qui est probablement logique pour toutes sortes de raisons éditoriales, mais nous reprenons aussi ces mêmes émissions pendant environ trois mois et demi pendant le restant de l'année, et les plaintes que nous avons eues cette année de nos auditeurs... Ces plaintes s'empilent, et nous les rendons fous.

Il y a l'exemple du programme *Ideas*. Normalement, nous ne rediffuserions qu'environ 25 p. 100 de cette série, c'est-à-dire ces programmes qui se prêtent à cet exercice parce qu'ils sont tellement bons. Cependant, nous rediffusons maintenant 100 p. 100 de ces programmes.

Voilà comment nous nous sommes débrouillés. Nous avons réussi à diffuser, nous sommes obligés de le faire, c'est approprié, aussi, de le faire, mais nous avons compromis tout notre processus éditorial, et c'est cela qui s'entend maintenant sur les ondes.

Mme McDonald: Concernant maintenant la distribution et la diffusion par câble de la radio stéréo de Radio-Canada à travers le pays, quel pourcentage de votre distribution est assuré par câble?

[Text]

Mr. McEwen: Well, we are not sure, and to be blunt about it, we brought it up with the CRTC when we were at our hearings a few weeks ago. We are not getting very good feedback from the cable companies. I think some of them resent the direction they have been given that they should carry us, but there is no sanction for not carrying us.

Ms McDonald: Yes. Should it be a condition that they have to?

Mr. McEwen: Well, we suggested that the commission could be very helpful to us, particularly on stereo where we only have 75% of the country covered. . . that in those areas that are cabled, if they could direct the cable companies to carry stereo it would improve our penetration enormously. They have taken it under advisement.

M. Blackburn (Jonquière): J'aimerais avoir des précisions sur la programmation locale. Vous dites que vous avez perdu plusieurs millions de dollars ces dernières années. De quelle façon votre programmation locale diffère-t-elle de la programmation des stations privées?

Mr. McEwen: I think it is different in a number of ways, sir. Let me go to a specific morning example, and let us take an hour of morning radio. The hour starts off with *World Report* in the morning, which is a national newscast that contains 40% regional content, 20% what we would call national content, stories of national significance from across the country, and 40% international content, but done through Canadian sources, our own correspondents or stringers. It then moves into basic survival information for that community, the local weather, time check, then it goes to a national commentary, which is presented in the context of that community.

• 1430

Then usually there is a major local community story or interview. It could be a commentator or a first-person interview of a journalistic event. It could be a debate. But it would focus on that community or sub-region, often on economic, social, or political stories. Then there would be a break for some sports that would principally be focused nationally rather than regionally.

A major regional newscast would come at the bottom of the hour. Although this would be presented in a local context, it would cover anything from a sub-region to a whole province. It depends on where we have stations in that particular area and how much geography they have to cover. For the rest of the half hour after the newscast,

[Translation]

M. McEwen: Nous n'en sommes pas sûrs, et pour parler franc, nous avons soulevé cette question auprès du CRTC à l'occasion des audiences d'il y a quelques semaines. Les compagnies de câblodistribution ne nous renseignent guère à ce propos. Je crois qu'il y a un certain ressentiment chez eux parce qu'on leur a donné l'ordre d'assurer la diffusion, mais il n'y a pas de sanction s'ils n'obtempèrent pas.

Mme McDonald: Oui. Alors, devraient-ils être obligés de le faire?

M. McEwen: Nous avons fait comprendre au conseil qu'il pourrait nous aider énormément, surtout au niveau de la diffusion en stéréo, où nous ne «couvrons» que 75 p. 100 du pays. . . Autrement dit, si, dans les régions où la câblodistribution existe, le conseil pouvait ordonner aux sociétés de diffuser notre signal, cela améliorerait énormément notre pénétration du marché. Le conseil a pris cette question en délibéré.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would like to have more specifics on local programming. You say that you have lost several millions of dollars these past years. In what way is your local programming different from private station programming?

M. McEwen: De bien des façons, monsieur. Je prends un exemple précis, soit une heure de radio pendant le créneau du matin. On commence d'abord avec *World Report*, une émission de nouvelles nationale où l'on retrouve 40 p. 100 de contenu régional, 20 p. 100 de ce que l'on appelle un contenu national, des histoires d'importance nationale d'un peu partout au pays, ainsi que 40 p. 100 de contenu international que nous allons cependant chercher auprès de sources canadiennes, soit nos propres journalistes ou collaborateurs. Nous passons ensuite aux renseignements d'importance vitale pour la collectivité en question, c'est-à-dire la météo locale, le signal horaire, et nous passons ensuite au commentaire dit «national», présenté dans le contexte de la collectivité en question.

Ensuite, il y a habituellement une nouvelle importante d'intérêt local, ou une entrevue. Ce peut être un commentateur ou une entrevue de quelqu'un qui a été mêlé de près ou de loin à quelque chose d'intéressant. Ce peut être un débat. En tout cas, cette partie du programme concentre son attention sur cette collectivité ou cette sous-région et, le plus souvent, sur des nouvelles économiques, sociales ou politiques. Il y a ensuite les nouvelles du sport, qui s'intéressent à des questions de portée nationale plutôt que régionale.

Ensuite, on a une émission importante de nouvelles régionales à la demie de l'heure. Quoique présenté dans un contexte local, cela touche à tout, à partir d'une sous-région jusqu'à la province tout entière. Tout dépend de la situation de nos stations dans cette région particulière et quelle aire géographique elles doivent couvrir. Pour le

[Texte]

there would be three or four more local stories on community events and issues. There could also be a story from another region that applies to the community. That takes you through the hour.

M. Blackburn (Jonquière): Permettez-moi de vous interrompre. Je voudrais que vous compariez votre programmation à celle des stations privées. Quelles sont les différences principales entre Radio-Canada et les stations privées? Je ne veux pas savoir quel est le contenu de vos émissions, mais où se situe la principale différence.

Mr. McEwen: The main difference is that the private station's news tends to be more localized. It tends not to consider other regional influences on its stories. Its national sources tend to come via wire or a national syndication service. Their international sources are all foreign: NBC, CBS, or or whatever. They are not Canadian foreign sources. So both the focus and the source of the newscast is different.

M. Blackburn (Jonquière): Lorsque le BBM sort et que Radio-Canada fait le bilan de ses cotes d'écoute, y a-t-il toujours une grande déception chez les autorités de Radio-Canada? Est-ce que cela vous inquiète que vos cotes d'écoute soient faibles, en particulier dans certaines régions? Sentez-vous le besoin de pallier à cela ou si vous vous dites que c'est ainsi que fonctionne une radio d'État et qu'on doit se situer dans un créneau que je qualifierais de marginal par rapport à la masse? Je n'emploie pas le mot «marginal» dans un sens péjoratif.

Mr. McEwen: We talk about ratings in terms of natural potential audiences. Some programs lend themselves to a wider audience, and we should have higher audience expectations for those programs. For example, a regional information program should serve people interested in information. We know that around 20% or 25% of the market is interested. If those shows are reaching out and maintaining a 10% or 15% share of market for the time they are on the air, they are doing a good job.

We cannot expect all shows to have that kind of reach, nor do we demand it. Specialized music programs, like *Two New Hours*, are doing well if they get a 1% or 2% share. The people that go to new music in this country number only about 35,000 or 40,000. So we talk about audiences as natural potential audiences for the kinds of programs we do. Some programs should have larger audiences and some programs should have smaller audiences, by definition.

[Traduction]

reste de la demi-heure, après l'émission de nouvelles, il y aura trois ou quatre autres interventions portant sur des questions et des événements d'intérêt pour la collectivité. On pourrait aussi ajouter quelque chose venant d'une autre région, mais qui s'applique à la collectivité en question. Voilà pour l'heure.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would like to interrupt. I would like you to compare your programming to private station programming. What are the main differences between the CBC and the private stations? I do not want to know the content of your broadcasts, but I want to know where the main difference lies.

M. McEwen: La différence principale, c'est que les nouvelles diffusées à la station privée sont d'un intérêt plus local. La station privée ne tient pas compte des autres influences régionales dans ce qu'elle rapporte. Ses sources nationales, elle les trouve auprès des grands services de diffusion de nouvelles. Les sources internationales sont toutes des sources étrangères: NBC, CBS, ou que sais-je encore. Elles ne vont pas puiser la nouvelle à des sources canadiennes à l'étranger. Donc, et la source et l'objet de l'émission de nouvelles sont différents.

Mr. Blackburn (Jonquière): When the BBM comes out and the CBC adds up the ratings, are CBC authorities always greatly disappointed? Does it worry you if your ratings are weak, especially in some areas? Do you feel the need to correct that or do you figure that is how a state broadcasting system works and that you should actually occupy what I would call a marginal position as compared to the audience as a whole? And I am not using "marginal" pejoratively.

M. McEwen: Quand on parle de cotes d'écoute, c'est en fonction d'auditoires naturels potentiels. Certains programmes se prêtent à un auditoire plus vaste, et nos attentes, face aux cotes d'écoute pour ces programmes, doivent être plus élevées. Par exemple, un programme régional d'information devrait servir les gens qui s'intéressent à l'information. Nous savons que de 20 à 25 p. 100 du marché s'intéressent à ce genre de choses. Si ces émissions vont chercher un 10 ou 15 p. 100 de ce marché pour ce créneau, on fait un bon travail.

On ne peut pas s'attendre à ce que tous les programmes aient ce genre de portée, et nous ne cherchons pas à atteindre un tel objectif. Certains programmes de musique spécialisée, comme *Two New Hours*, font très bien s'ils vont chercher une part de 1 ou 2 p. 100. Les gens qui s'intéressent à la musique nouvelle d'un océan à l'autre ne composent un auditoire que de 35,000 à 40,000 personnes. Il s'agit donc ici des téléspectateurs susceptibles de s'intéresser à nos émissions. Certaines émissions attirent plus de téléspectateurs que d'autres, et nous ne nous en étonnons pas. Tout dépend, bien entendu, de leur nature et de leur teneur.

[Text]

[Translation]

• 1435

So no, I am not particularly disappointed when I see some of our ratings are smaller than others. I think it is explainable and I think it is important for the public broadcaster to recognize the responsibility it has to serve all the tastes and interests and needs of our audiences across the country.

M. Blackburn (Jonquière): Quel pourcentage de la population de langue anglaise de la province de Québec desservez-vous?

Mr. McEwen: I could be corrected on it, and I will try to supply the committee with the specifics, but I believe we are serving about 10% to 15% of the anglophone audience in Quebec, which is fairly standard in terms of our market share across the country, by the way. In other words, on a cumulative basis, if you take 1 million as the number, it would be about 150,000. But I would have to check those figures.

The Chairman: Just for clarification on Mr. Blackburn's question. Mr. McEwen, about the availability of your service to Quebec anglophones, what is the availability?

Mr. McEwen: Availability of our transmitters to an anglophone audience, virtually 100%. There are some small communities we have not been able to get into and that was stopped in the accelerated coverage program, but they are small in terms of the overall number. That is my understanding.

M. Blackburn (Jonquière): Avez-vous des ententes avec le service de télévision de Radio-Canada dans le but de partager les mêmes reporters pour la production de bulletins d'information, particulièrement à l'étranger? Si vous en avez, comment est-ce que cela fonctionne?

Mr. McEwen: Yes, there are some covering agreements, particularly outside the country. Let me give you a couple of examples. Moscow is principally a radio reporter, which we have made available to television for about 25% of that person's time. Michael McIvor is the gentleman's name. Usually when they are covering a story for the radio assignment desk, that story is shared with the television assignment desk and a decision is made between the two assignment desks of whether Michael will also do a television report.

With Don Murray in Paris, who principally is a television reporter but occasionally will do radio stories, it is the reverse process. Our correspondent in Beijing is shared by all four services—French, English, radio and television—and when he files stories, for the most part he is filing stories for all. It is Tom Kennedy who is there now, and he is filing stories for four services at the same time. The difficulty with that is that it limits the scope of what he can do, and we have had some problems. But at least we have a reporter in Beijing.

C'est pourquoi je ne m'inquiète pas lorsque certaines de nos émissions vont chercher de mauvaises cotes. C'est d'ailleurs assez facile à comprendre. Il ne faut pas oublier que les chaînes publiques sont là pour desservir l'ensemble de la population et tenir compte de ses besoins et intérêts.

Mr. Blackburn (Jonquière): What is the percentage of your English audience in the Province of Quebec?

M. McEwen: Je vous transmettrai des données plus précises sur la question ultérieurement. Mais sauf erreur, nous desservons de 10 à 15 p. 100 de la clientèle anglophone au Québec. Soit dit en passant, cela équivaut à peu près à notre part du marché dans l'ensemble du pays. Mettons qu'il s'agisse de 150,000 sur 1 million. Laissez-moi cependant vous le confirmer plus tard.

Le président: Monsieur McEwen, j'ai besoin d'un éclaircissement à la suite de la question de M. Blackburn. La population anglophone du Québec a-t-elle facilement accès à vos services?

M. McEwen: Nos transmetteurs nous permettent de rejoindre la presque totalité de la clientèle anglophone. Que je sache, nous avons réussi à rejoindre presque toutes les régions de la province dans le cadre de notre programme accéléré d'intégration au réseau. Seules quelques petites agglomérations isolées n'ont pu être raccordées à cause de leur éloignement.

Mr. Blackburn (Jonquière): Have you reached any agreements with the television side of the CBC to share news reporters, especially abroad? And if so, could you tell us a bit more about those agreements?

M. McEwen: Oui, nous avons justement des ententes pour la production de bulletins d'information, surtout à l'étranger. Laissez-moi vous donner quelques exemples. Ainsi, nous avons un reporter, Michael McIvor, à Moscou. Il consacre environ les trois quarts de son temps à la radio. Selon la nature de l'information, les chefs de bureau s'entendent pour déterminer si Michael doit également faire un rapport télévisé sur un événement quelconque.

Le cas de Don Murray, à Paris, est plutôt l'inverse. Il travaille normalement pour la télévision et, à l'occasion, il fait des reportages pour la radio. Les quatre services, la radio et la télévision, en français et en anglais, partagent les services de notre correspondant à Beijing. Chaque fois que Tom Kennedy fait un reportage en Chine, il le fait pour les quatre services. Cette surcharge de travail limite quelque peu ses activités, et cela nous a déjà causé des problèmes. Mais le plus important est sans doute que nous ayons un reporter en Chine.

[Texte]

M. Blackburn (Jonquière): Est-ce que ce les coûts sont partagés à parts égales ou si vos coûts sont proportionnels au nombre de reportages?

Mr. McEwen: In the case of Moscow we pay for about 75% or 80% of the time of the reporter. Television pays 20% or 25%. That reflects ownership and volume of work. In the case of Beijing, it is a 25% split among all four, one quarter each.

M. Blackburn (Jonquière): Merci beaucoup.

Mrs. Finestone: Could I just go back for clarification on one issue? If you do not have a response at this moment, I would appreciate it if you could perhaps review it and table one. It relates to the availability of English radio, which is your area of expertise, to anglophones in Quebec. I would suggest that you check particularly both the Outaouais and l'Estrie regions.

• 1440

I would also like to know the extent to which you have stringers who report what is going on in the Saguenay—Lac-Saint-Jean area, and particularly up to Blanc-Sablon and that string of communities covering the north shore of Quebec.

The Chairman: Mutton Bay.

Mrs. Finestone: My niece is in Mutton Bay, and she cannot get very much from CBC. So I would like to know what is doing in that area.

In our May report we were looking at northern services, and particularly the CBC Northern Service. We have heard a great deal from the autochthonous communities across Canada. One of the things we noted was that the Northern Service had incredible responsibilities in native languages, in English, and in French. Anyone who thinks the CBC does not carry much bigger responsibilities than the private sector really ought to look at its mandate. I think it does extremely well, given the circumstances.

We said in that report that with this exceptionally wide range of obligations, it is not surprising to find criticism of the Northern Service from all sides. We recommended an explicit legislative mandate for the Northern Service. I wonder if you could suggest to us the key elements for such a mandate. If you would prefer to do that in writing, to have some thought on that, or if you would like to answer in general. . .

As a more precise question, do you think the Northern Service of the CBC has sufficient frequencies at its command?

Mr. McEwen: I would obviously like to give this further thought. But the short answer is I think it has

[Traduction]

Mr. Blackburn (Jonquière): Are costs shared equally or do they depend on the number of news coverages?

M. McEwen: Dans le cas de Moscou, nous nous séparons les coûts avec les services de télévision à trois quarts, un quart. Cela reflète assez bien le contrat et la charge de travail. Dans le cas de Beijing, les quatre services se partagent également les coûts.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you very much.

Mme Finestone: Puis-je obtenir un petit éclaircissement? Si vous n'êtes pas en mesure de répondre maintenant à ma question, vous pourrez toujours communiquer avec le Comité ultérieurement. Ma question porte sur votre domaine de compétence, c'est-à-dire l'accessibilité de la radio anglophone pour les anglophones du Québec. Je vous demande de porter une attention particulière aux régions de l'Outaouais et de l'Estrie.

Avez-vous des correspondants ou des collaborateurs à temps partiel pour couvrir la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean et jusqu'à Blanc-Sablon, sans oublier toutes ces agglomérations de la côte-nord du Québec?

Le président: Et que dire de Mutton Bay.

Mme Finestone: J'ai une nièce à Mutton Bay qui n'obtient pas grand service du réseau d'État. Pouvez-vous nous dire ce qu'il en est au juste?

Nous nous sommes penchés, dans notre rapport de mai, sur la situation dans le Nord et, notamment, sur les services de Radio-Canada dans le Nord. Nous avons reçu énormément de témoignages des groupes autochtones du Canada. Nous avons pu constater l'importance de ce service en langues autochtones, en anglais et en français. Ceux qui prétendent que Radio-Canada n'a pas plus de responsabilités que le secteur privé n'ont qu'à regarder un peu ce qui se passe dans ce secteur. Les résultats semblent assez bons, surtout si l'on tient compte de l'environnement.

Nous avons bien dit dans notre rapport que nous ne nous étonnions pas de toutes les critiques proférées à l'endroit du service du Nord, compte tenu de la vaste gamme de responsabilités qui lui sont confiées. Nous avons même recommandé que les responsabilités de ce service soient définies dans un mandat législatif. Selon vous, quels devraient être les principaux éléments de ce mandat? Vous pourrez toujours nous transmettre des détails plus précis par écrit ultérieurement. Nous nous contenterions, pour l'heure, d'une description plus générale de la situation.

Pouvez-vous nous dire, par exemple, si le service du Nord dispose de suffisamment de fréquences?

M. McEwen: Cette question mérite réflexion. Je pense cependant que le service dispose de suffisamment de

[Text]

enough frequencies. The real question is whether it has the kinds of editorial resources to deliver on those frequencies all it has to deliver. I have to be very careful about how I say this. If the CBC is going to be the prime body responsible in the North for broadcast in native languages and not the native broadcast companies and societies themselves, then I think it is a whole new ball game. But I understood that with the native societies coming on board and starting to develop their own broadcast ability, and indeed in some cases developing their own transmitters as well, the responsibility was becoming split. That then changes the nature of what our Northern Service role should be. It becomes more one of training and development help than the hardware and direct editorial responsibilities.

Mrs. Finestone: Did I understand you to say you felt there was enough of the hardware and frequencies?

Mr. McEwen: There is for the CBC. But if we have to go beyond that—

Mrs. Finestone: Let us just confine ourselves to the CBC mandate. I would presume—and if I am inaccurate I would like to be corrected—you have already a trained manpower of native people who are developing the Northern Service; who are participating.

Mr. McEwen: Yes, 50% of our on-air staff, or even better now, as you are probably aware, is northern—all northern.

Mrs. Finestone: So 50%-plus are on-air; and off-air, so that they know how to handle the—

Mr. McEwen: Yes, the communities.

Mrs. Finestone: Are they also at the 50% level?

Mr. McEwen: Pretty close, I think.

Mrs. Finestone: Good. And you do training?

Mr. McEwen: Yes, a lot of training in the Northern Service.

Mrs. Finestone: Let us go to another area. In the category of popular music, first of all, I think you answered Ms McDonald. . . the fact that you have changed your radio scheduling and spruced it up and you have done a number of things with your radio schedule.

Mr. McEwen: Yes.

Mrs. Finestone: About popular music specifically, in that category, have you a forecast of Canadian content levels? We hear so many complaints about the fact that we really cannot meet this 60% level and so on. Has FACTOR/CTL been an important aspect, or has it made an important contribution to this improvement, if there is such an improvement?

Mr. McEwen: I do not think, to be blunt, we have focused on the popular music as much as we should have

[Translation]

fréquences. Il faut plutôt se demander si la chaîne d'État a vraiment toutes les ressources nécessaires pour faire face à ses responsabilités sur ces fréquences. Je dois faire très attention à la manière dont je présente les choses. Ce sera une tout autre paire de manches si l'on délègue à la chaîne d'État la responsabilité première en matière de diffusion en langues autochtones dans le Nord, plutôt qu'aux sociétés de diffusion autochtones. Si j'ai bien compris, il y a eu une sorte de partage de la responsabilité à mesure que les sociétés autochtones prenaient de l'expansion et amélioraient leur capacité de diffusion. Certaines ont même maintenant leurs propres transmetteurs. Je crois que le temps est donc venu de repenser notre rôle dans le Nord. Il conviendrait peut-être de nous concentrer un peu plus sur l'aspect de la formation et de l'aide au développement que sur l'équipement et la programmation.

Mme Finestone: Avez-vous bien dit que l'équipement et les fréquences disponibles étaient satisfaisants?

M. McEwen: La chaîne d'État dispose de suffisamment de fréquences. Mais si vous voulez aller plus loin. . .

Mme Finestone: Contentons-nous de parler du mandat de la chaîne d'État. Sauf erreur, vous avez déjà des autochtones qui ont reçu la formation nécessaire pour participer activement à la programmation dans le Nord.

M. McEwen: Oui. Vous savez sans doute que plus de la moitié du personnel sur les ondes dans le Nord est d'origine autochtone.

Mme Finestone: Donc, plus de la moitié du personnel sur les ondes. Mais qu'en est-il des employés de bureau?

M. McEwen: Ceux qui travaillent avec la collectivité.

Mme Finestone: Est-ce que plus de la moitié sont également autochtones?

M. McEwen: Nous n'en sommes pas très loin.

Mme Finestone: Très bien. Et vous vous occupez de la formation?

M. McEwen: Oui, nous consacrons beaucoup de temps à la formation dans le Nord.

Mme Finestone: Passons maintenant à une autre question. Pour ce qui concerne d'abord la musique populaire, vous auriez dit à M^{me} McDonald. . . Vous avez parlé des changements apportés à votre programme d'émissions de radio.

M. McEwen: C'est juste.

Mme Finestone: Et vous avez surtout traité de la question de la musique populaire. Avez-vous des prévisions pour ce qui concerne la participation canadienne à cette catégorie? Nous avons reçu tellement de plaintes quant à l'impossibilité de rencontrer cette limite de 60 p. 100. Est-ce que FACTOR/CTL a contribué à améliorer la situation, si amélioration il y a?

M. McEwen: Bien honnêtement, je ne trouve pas que nous ayons accordé autant d'attention que nous aurions

[Texte]

over the past few years. I think we have spent most of our time working on the classical side on the stereo network, which was really in terrible shape. That is where our principal efforts have been spent, particularly since about 1978.

• 1445

What we have pledged to do is to spend some time and effort on the popular side. To date FACTOR has not been a major factor, but its potential—and we are talking to FACTOR a lot right now—is very positive.

What I am interested in on the popular music side—and this is very important—is that we are not like a CHUM-FM or AM. We do not want to dip into a play-list so that we are playing the same Gordon Lightfoot and Anne Murray music, and some of the music is simply not appropriate for us; it is Glass Tiger or some of the hard rock we heard in the Junos last night. We have another kind of responsibility in popular music, which is first to foster new talent, talent that is not getting any exposure—

Mrs. Finestone: Canadian folk, please.

Mr. McEwen: —and to foster some folk, jazz, and big band. These music forms are all classified under popular music but are not getting any expression in the private sector, frankly, or very little. We think we should reach in and tap that resource and try to develop that aspect of the Canadian popular talent industry. We hope to be able to use FACTOR for some of the developmental work here, particularly when it comes to funds.

Mrs. Finestone: Thank you. In your appendix III, which you presented at the CRTC on October 13, you projected that the CBC English-language regional expenses would overtake the corresponding network figures. Am I correct?

Mr. McEwen: Yes.

Mrs. Finestone: Okay. Could you tell me what the secret of the success of the CBC radio is, which the CBC television has not yet learned?

Mr. McEwen: It is a bit tongue in cheek when I say this, but radio went through its revolution 15 years ago, when we changed the way we did business. We had a very deliberate policy of rooting ourselves in the community all across the country. We realized the value of that in the expression of this country, and it is part of the revitalization. I am sure that it is no surprise to you that CBC Radio 1968-69 was not a force in this country. At one point it was even debated whether it should exist.

[Traduction]

dû à la musique populaire ces dernières années. Nous nous sommes surtout occupés de la catégorie de la musique classique sur le réseau stéréophonique. C'était le chaos. Nous avons déployé beaucoup d'efforts dans ce secteur depuis 1978 environ.

Nous avons donc décidé de consacrer un peu plus de temps et d'efforts à la musique populaire. Nous parlons beaucoup de FACTOR en ce moment. Mais ce système ne présente pas beaucoup de potentiel.

Je tiens surtout à ce que nous ne calquions pas CHUM-FM ou AM. Nous ne voulons pas non plus utiliser des listes de titres qui nous feraient répéter sans cesse les mêmes chansons de Gordon Lightfoot ou d'Anne Murray. Certaines catégories de musique ne nous intéressent pas du tout. Pensons un peu à Glass Tiger ou à ces pièces de *hard rock* que nous avons entendues aux Junos hier soir. N'oublions pas non plus que nous avons une certaine responsabilité dans le contexte de la musique populaire, et c'est de promouvoir de nouveaux talents qui ne réussissent pas à se faire connaître.

Mme Finestone: Mais n'oublions pas non plus la musique folklorique canadienne.

M. McEwen: Mais nous devons également faire connaître le jazz et la musique d'orchestre populaire. Ce sont toutes des formes de musique populaire que le secteur privé laisse presque entièrement de côté. Il nous appartient à nous de développer ces ressources et de promouvoir ce secteur de la musique populaire canadienne. Nous espérons également faire un certain usage du système FACTOR dans le contexte de cette activité, surtout d'ailleurs pour ce qui concerne les fonds nécessaires.

Mme Finestone: Je vous remercie. Vous avez dit à l'appendice III du mémoire présenté le 13 octobre au CRTC que, selon vos prévisions, les dépenses régionales du réseau anglais de la chaîne d'État finiraient par excéder les dépenses de l'ensemble du réseau. Est-ce vrai?

M. McEwen: Oui.

Mme Finestone: Très bien. Quelle est la clé du succès de la radio de la chaîne d'État, ou est-ce un secret? Pourquoi est-ce que le secteur de la télévision de la chaîne d'État ne réussit pas aussi bien?

M. McEwen: Je le dis un peu en plaisantant, mais la révolution s'est faite il y a 15 ans à la radio. C'est à ce moment-là que nous avons modifié notre structure de fond en comble. Nous avons alors comme politique de nous enraciner dans tous les coins du pays. Nous avons compris l'importance de cette démarche pour l'unité du pays. Cette politique fait vraiment partie intégrante de notre programme de restructuration. Vous ne serez sans doute pas étonné d'apprendre que l'élément radio de la chaîne d'État ne jouait pas un rôle très important au Canada en 1968-1969. Son existence même avait été remise en question.

[Text]

Mrs. Finestone: Well, I could not exist without it, so I am glad it exists.

Mr. McEwen: We went back and really rooted ourselves, but we had our revolution 15 years ago, whereby we built on that. Television now, as I am sure you heard this morning from Denis Harvey, is going through the same kind of process but appropriate for its medium. I think in 10 years we are all going to sit in a room and celebrate the success and the distinctiveness of CBC Television, as we do about radio.

Mrs. Finestone: Okay. In our sixth report, as you will recall, we turned down the Caplan-Sauvageau recommendation on the CBC ombudsman. We said that it was cumbersome, that we felt it was important that CBC maintain a good public relations perception and that complaints be answered.

It has been brought to my attention that BBC radio has a program in which they respond to letters from listeners, which would be both the complaints and the laudatory expressions. I would imagine there would be more complaints in the *Listeners' Mailbag*. What is CBC English radio doing in this category now, and do you have any plans in the future?

Mr. McEwen: The short answer is we are not doing anything on the air in this sense, except when we get a letter about an item or a program of such important concern that it is useful to bring it up and discuss it, either in a phone-in program or on the program itself. We are also discussing a lot of journalistic complaints through *The Media File*, but no one program focuses towards it.

We have this debate, and at this time we think our internal process of dealing with the complaints, answering them and getting back on a first-person basis, is working really pretty well and that the substantive issues, particularly on the journalistic side, are getting coverage through our regular programs such as *Morningside* or *The Media File*.

Mr. Pennock: I would like to ask a number of disjointed questions. I would like to follow up on Mr. Blackburn's on the radio news, and I am referring particularly to the morning broadcasts.

• 1450

I am an early riser; I am up at 6 a.m. So I look for and I hear that and then—I am just going to share with you an accurate market survey of one—I end up switching, because at 7 a.m. it is same, verbatim, and at 8 a.m. Could you share with me why you cannot vary it a bit so you do not lose me as a switcher?

[Translation]

Mme Finestone: Je dois dire que, personnellement, je ne saurais m'en passer. Je suis donc contente que cette chaîne de radio existe toujours.

M. McEwen: Donc, notre révolution s'est produite il y a 15 ans déjà, et nous nous sommes vraiment implantées partout au Canada. La télévision fait actuellement plus ou moins la même démarche, adaptée au médium, bien entendu, comme Denis Harvey vous l'a expliqué ce matin. Je suis persuadé que, dans 10 ans, nous nous retrouverons pour fêter les succès et le caractère unique de la télévision d'État, comme nous le faisons aujourd'hui au sujet de la radio.

Mme Finestone: Très bien. Vous devez vous rappeler que nous avons rejeté la recommandation Caplan-Sauvageau sur un ombudsman pour la chaîne d'État dans notre sixième rapport. Nous étions d'avis que cette structure était beaucoup trop lourde, d'une part, et, d'autre part, que le réseau d'État devait continuer d'être directement accessible au public pour pouvoir réagir à ses plaintes.

J'ai appris cependant que la radio de la BBC diffusait une émission où elle répondait aux lettres de critiques et de félicitations de ses auditeurs. Je présume que le *Listeners' Mailbag* (Boîte aux lettres des auditeurs) contient sans doute beaucoup plus de plaintes que de félicitations. Que fait la radio anglaise de la chaîne d'État dans ce domaine, et avez-vous des projets semblables?

M. McEwen: Nous n'avons aucune émission semblable en ce moment sur les ondes. Cependant, chaque fois que nous recevons une lettre au sujet d'un élément ou d'une émission qui revêt une certaine importance, nous en discutons, soit dans le contexte d'une tribune téléphonique ou dans le contexte de l'émission visée. Nous profitons également de notre émission *The Media File* pour traiter de plaintes concernant les médias, mais nous n'avons pas d'émission entièrement consacrée à la question.

Le débat a cependant été engagé. Nous estimons par contre en ce moment que notre processus interne de traitement des plaintes, qui est d'y répondre et de communiquer directement avec les intéressés, donne des résultats très positifs. Pour ce qui est de la question des reportages, nos émissions comme *Morningside* et *The Media File* semblent suffire à la tâche.

M. Pennock: J'ai un certain nombre de questions assez disparates à poser. Ma première fait suite à celle de M. Blackburn concernant les émissions d'information du matin.

Je suis très matinal: je me lève tous les jours à 6 heures. Eh bien, je suis obligé de changer de chaîne parce qu'on diffuse exactement les mêmes informations à 7 heures et à 8 heures. Ne serait-il pas possible d'offrir un peu plus de variété? Ce serait la meilleure manière de me garder comme auditeur.

[Texte]

Mr. McEwen: Welcome to our editorial discussions. If the program director were here, she would say that she shares your concern. Discussions are going on in the newsroom now about ensuring that we get not necessarily different stories on the air but different perspectives on the same story. I agree with the criticism, and so does she, and the new managing editor of radio news, Vince Carlin, also agrees, and I think you are going to hear a change over the next—

Mr. Pennock: I would welcome that change.

Mr. McEwen: So would we, sir.

Mr. Pennock: I would like to turn to classical recordings and your comment that you want to have more classical music repertoire available for broadcast. Why is that? Do you feel that not enough Canadian recording is being done at this time?

Mr. McEwen: There is not enough Canadian repertoire. I will break repertoire down into two areas: Canadian classical composition and performance, and Canadian performance of the traditional works. We find that the private sector is not very pro-active in this area. They will maybe record some of the major orchestras in this country, like the Montreal Symphony or the Toronto Symphony, but do very little recording of the Winnipeg Symphony, the Edmonton Symphony, the Calgary Philharmonic, and so on. So they do not get much of an expression across the country of what is going on.

Secondly, they do not record any Canadian composition at all. It is usually those orchestras playing the international and traditional works. So if we have any Canadian composition then it has to be us who do it. But it is a slow bill. It takes a long time. We do not have a great classical composition tradition in this country. It is developing and we are nurturing it. We do not feel that it is at an acceptable level, but we think we can get it there over the next few years—and that is why the goal is as I expressed it.

Mr. Pennock: What amounts of money do you allocate to commissioning of works now, and what do you foresee yourselves wanting to do from the proposal here?

Mr. McEwen: We are now spending in the hundreds of thousands on composition and in the millions on the recording of performance events. By "millions" I mean about \$7 million in the serious music area or the classical music area.

Mr. Pennock: You are recording at the NAC concerts—

[Traduction]

M. McEwen: Si vous saviez combien de fois nous avons eu ce genre de discussion. Notre directrice de la programmation serait entièrement d'accord avec vous si elle était ici. On envisage maintenant, à la salle des nouvelles, de donner sinon des bulletins d'information différents, du moins une perspective différente. Je suis d'accord avec ce que vous avancez, et notre directrice de la programmation aussi, de même d'ailleurs que le nouveau directeur de l'information à la radio, Vince Carlin. Des changements devraient être apportés sous peu.

M. Pennock: Cela ferait beaucoup de bien.

M. McEwen: Nous sommes d'accord avec vous, monsieur.

M. Pennock: J'aimerais maintenant passer aux enregistrements de musique classique. Vous dites que vous aimeriez en avoir un peu plus. Trouvez-vous qu'on n'en fait pas suffisamment dans ce domaine au Canada?

M. McEwen: Le répertoire canadien est insuffisant. Il se sépare en deux domaines distincts, à savoir, la composition et l'exécution de pièces classiques canadiennes et l'exécution de pièces traditionnelles par des Canadiens. Le secteur privé n'est pas très actif dans ce domaine. Il n'est pas rare cependant que l'on enregistre des oeuvres exécutées par les grands orchestres du Canada, comme l'Orchestre symphonique de Montréal ou l'Orchestre symphonique de Toronto. Mais on s'occupe beaucoup moins de l'Orchestre symphonique de Winnipeg, de celui d'Edmonton, de la Philharmonique de Calgary et ainsi de suite. Le secteur privé ne donne donc pas une très bonne impression de la réalité musicale du pays.

Et deuxièmement, le secteur privé n'effectue aucun enregistrement de compositions canadiennes. Il se contente d'enregistrer les orchestres qui exécutent des pièces internationales et traditionnelles. Donc si nous voulons des enregistrements de compositions canadiennes, nous devons nous en occuper nous-mêmes. C'est un processus très lent, qui prend beaucoup de temps. Vous savez, nous n'avons pas une très longue tradition de composition de pièces classiques au Canada. C'est une nouvelle activité artistique et nous faisons notre possible pour l'encourager. Il faudra encore quelques années avant que nous ayons suffisamment d'enregistrements. C'est pourquoi nous nous sommes fixés cet objectif que je vous ai décrit tout à l'heure.

M. Pennock: Combien d'argent affectez-vous aux subventions destinées à encourager la composition de pièces musicales? Et quelle orientation prendrez-vous à partir de ce projet?

M. McEwen: Nous consacrons maintenant des centaines de milliers de dollars à la composition et des millions de dollars à l'enregistrement de certains concerts. Et plus précisément, nous consacrons environ 7 millions de dollars à la musique sérieuse ou classique.

M. Pennock: Vous enregistrez des concerts au CNA. . .

[Text]

Mr. McEwen: That is right, or the Toronto Symphony at Roy Thomson Hall, or the CBC Vancouver Orchestra at a lunch-time concert in a park in Vancouver. That is the kind of thing I mean.

Our first goal is to try to maintain that and try to work with the orchestras of this country to get them to develop a wider repertoire and a more Canadian repertoire so we can make those dollars go farther. That is the first thing. Then eventually, maybe with the Canada Council or with one of the provincial arts councils. . . Maybe, if somebody from the private sector is going to sponsor a major concert that is of unique value, they could also pay the broadcasting rights. In other words, we would take what we are spending now and try to stretch it.

In an incremental sense, what we would really like to do is spend about another million dollars a year over the next three years and build up the whole Canadian classical repertoire. But without that, we have some plans to stretch and try to get better mileage out of the dollars we have left.

Mr. Pennock: Do you receive any funding for the commissioning of works from the Canada Council now?

Mr. McEwen: No.

Mr. Pennock: One little housekeeping question: when we had the TV sector before us this morning, we asked them exactly what they contributed in dollars and cents to the CBC Enterprises losses on both a national and a regional basis. Could you tell us what you people had to contribute?

Mr. McEwen: It was a little under \$1 million.

Mr. Pennock: Is that everything combined from the English-language radio?

Mr. McEwen: Yes. That was the combined regional-network figure.

• 1455

Mr. Pennock: You mentioned that you have compromised because of cuts in program quality. I heard you in answer to a question put by Ms McDonald about the number of repeats. I must confess that my major listening to CBC radio is here locally in the Toronto market. From a quality standpoint, other than the repeats, I have not seen a change in the programming. Could you comment on this for me?

Mr. McEwen: One of the reasons we repeat so much is to try to maintain the quality of the original work we do. Let me give you a current affairs example, which is not a bad example. It is a program that I produced 15 years ago, so it is one I know well—*As It Happens*. *As It Happens* is a program that is really designed to deal with first-person

[Translation]

M. McEwen: C'est juste, et nous enregistrons aussi l'Orchestre symphonique de Toronto au *Roy Thomson Hall* ou l'Orchestre de la CBC de Vancouver qui donne parfois des concerts le midi dans un parc de la ville. C'est à ce genre d'activité que je faisais allusion.

Notre but premier est de maintenir ce niveau d'activité et d'essayer de collaborer avec les orchestres du pays pour qu'ils aient un plus grand répertoire et exécutent plus d'oeuvres canadiennes. Cela nous permettrait de rentabiliser un peu nos investissements. Ça c'est une chose. Mais peut-être aussi que le Conseil des arts du Canada ou celui des provinces pourrait. . . Si le secteur privé veut parrainer un grand concert d'une valeur unique, il me semble qu'il pourrait aussi payer les droits de diffusion. En fait, ce à quoi je veux en venir c'est que nous pourrions en avoir beaucoup plus pour notre argent.

Au bout du compte, nous aimerions pouvoir consacrer encore un million de dollars de plus par année au cours des trois prochaines années pour constituer tout un répertoire d'oeuvres classiques canadiennes. Mais si cela devait s'avérer impossible, nous n'aurons d'autre choix que d'essayer de maximiser notre investissement.

M. Pennock: Avez-vous reçu des subventions du Conseil des arts pour la composition d'oeuvres de musique sérieuses?

M. McEwen: Non.

M. Pennock: Encore une petite question: nous avons demandé aux représentants du secteur de la télévision qui sont venus comparaître devant nous ce matin à combien s'élevait exactement leur participation dans l'assainissement des pertes tant nationales que régionales des entreprises de la Société Radio-Canada. Et si nous vous posions la même question?

M. McEwen: La réponse serait: un peu moins de, un million de dollars.

M. Pennock: Est-ce le total pour l'ensemble de la chaîne radiophonique de langue anglaise?

M. McEwen: Oui. C'est le total pour le réseau régional.

M. Pennock: Vous avez parlé des compromis nécessaires vu la baisse de la qualité des émissions. Je vous ai entendu répondre à une question que M^{me} McDonald vous avait posée au sujet du nombre d'émissions que vous repassez. Je dois avouer que j'écoute surtout la radio d'État ici à Toronto. Et je n'ai remarqué aucun changement dans la qualité, mis à part les émissions que l'on répète. Pouvez-vous m'expliquer ce qu'il en est au juste?

M. McEwen: Nous repassons les mêmes émissions plusieurs fois pour essayer de maintenir la qualité de l'oeuvre originale. Laissez-moi vous donner un exemple assez intéressant. Il s'agit d'une émission dont j'étais moi-même producteur il y a 15 ans, je veux parler de *As It Happens*. Dans le cas de cette émission, on essaie de

[Texte]

journalism. It goes to the newsmakers who are participating in a particular event to get their unique perspective on it, rather than the observers. It is very expensive to chase those participants.

For example, we interviewed a ship's captain who was sailing through the Persian Gulf as the rockets were going off all around him. It took a researcher almost a full day to get to somebody who was in the right ship, at the right place, at the right time who also could speak English. We could have had a journalist in Bahrain in about an hour's time—in other words, with lots less research time and expense.

We have made too many of the compromises going to the journalists rather than to the first-person interview with the ship's captain. This is what I mean about quality. When we have a program like *As It Happens*, this is the unique, distinctive flavour of the program. Anybody can get a journalist. We should be able to go to the newsmakers. These are the kinds of compromises we have had to make, sir.

The Chairman: I think some of the funniest ones you did was when you used to phone the pay phone outside the Irish pub.

Mr. Caldwell: I do not have too many questions, because I know we are running a little late. I am glad to hear that you are doing your best to try to go to the original sources. I guess if I had any criticism of the CBC, it would be that I think there are too many journalists on there. I am speaking as a former journalist. I think in some cases you might be better to even use your own people. I think you would probably get just as good a reaction. I am sure you are also paying those journalists.

Mr. McEwen: Yes, we are.

Mr. Caldwell: Another little housekeeping item on which I would like clarification is your remark to Mr. Pennock about music and recordings. Does the CBC still have a contract with the musicians' union to use so much material a year? Or am I talking of the old days?

Mr. McEwen: No. We have an agreement with the American Federation of Musicians that guarantees a certain amount of work for their musicians on all four services of radio and television in both French and English.

Mr. Caldwell: But not necessarily. You were talking about a concert in the park. You may not record it, so therefore you do not pay the broadcast rights. You are basically giving a contribution to the musicians.

Mr. McEwen: Oh, no. All the money that we express goes for broadcast. We do not pay it into them.

[Traduction]

rejoindre directement les gens qui font l'événement, plutôt que les observateurs. On trouve que c'est le meilleur moyen d'obtenir une perspective assez unique des événements. C'est une approche très onéreuse.

Ainsi, nous avons réussi à interviewer le capitaine d'un navire qui navigait dans les eaux du golfe Persique pendant que des fusées explosaient tout autour de lui. Un chargé de recherche a passé toute une journée à essayer de trouver un navire qui se trouve au bon endroit et dont le capitaine parlait anglais. Si nous avions eu un journaliste à Bahrein, il aurait pu faire le même travail en une heure. Donc, cela nous aurait coûté beaucoup moins en temps comme en argent.

Nous avons fait trop de compromis en nous adressant aux journalistes plutôt qu'aux gens qui font l'événement, comme le capitaine de ce navire. C'est ce que j'entends par qualité. L'émission *As It Happens* est vraiment unique en son genre. N'importe qui peut s'adresser à un journaliste. Nous essayons toujours de nous adresser directement aux gens qui font l'événement. C'est le genre de compromis que nous devons faire, monsieur.

Le président: Il y a quelque chose que vous faisiez régulièrement qui me faisait beaucoup rire. Vous aviez pris l'habitude d'appeler d'une cabine téléphonique située juste à côté d'un pub irlandais.

M. Caldwell: Je ne vais pas poser trop de questions car je sais que nous commençons à manquer de temps. Je trouve admirable que vous fassiez tout votre possible pour rejoindre directement les gens qui font l'événement. Si j'avais un reproche à faire à la chaîne d'État, je dirais qu'elle compte beaucoup trop de journalistes. Et je parle en ma qualité d'ancien journaliste. Il vaudrait même mieux dans certains cas faire appel à vos propres ressources humaines. Les réactions seraient sans doute tout aussi valables. Et vous devez également payer ces journalistes.

M. McEwen: C'est juste.

M. Caldwell: J'aimerais encore un éclaircissement au sujet de la remarque que vous avez faite à M. Pennock eu égard à la musique et à l'enregistrement. La chaîne d'État est-elle toujours tenue par un contrat avec l'Union des musiciens d'utiliser une quantité fixe de matériel chaque année? Est-ce que cela se fait toujours?

M. McEwen: Non. Nous avons conclu un accord avec la *American Federation of Musicians* en vertu duquel nous nous engageons à diffuser un certain nombre de pièces des musiciens qu'elle représente. Cet accord engage nos quatre services, c'est-à-dire la radio et la télévision en français et en anglais.

M. Caldwell: Mais ce n'est pas nécessairement le cas puisque vous parliez d'un concert dans un parc. Si vous ne l'enregistrez pas, vous n'êtes pas obligés de payer les droits de diffusion. Il s'agit essentiellement d'une subvention pour les musiciens.

M. McEwen: Oh non. Le montant total est destiné à la diffusion. Nous ne leur donnons rien.

[Text]

Mr. Caldwell: There is no contribution say to the Toronto Philharmonic Orchestra, or whatever.

Mr. McEwen: No, no.

Mr. Caldwell: There are none of those any more.

Mr. McEwen: No. There used to be. However, there is one exception. We still have our own house orchestra in Vancouver, the CBC Vancouver Orchestra. It really is an orchestra that is brought together to record specific Canadian repertoire, which we choose. We do not sustain it; they are all musicians who are paid.

Mr. Caldwell: For any moneys you are giving to the musicians' union, you are broadcasting. Is this right?

Mr. McEwen: This is right.

Mr. Caldwell: On just one final note, it is always interesting to come to Toronto to talk to the CBC people. I think you pick up new words, and the new word I picked up today was, in a response to Ms McDonald, that you will be bringing the content of the women up higher through attrition and "developmental assignments". Is this the same thing that used to be called "special projects"?

Mr. McEwen: Sometimes.

Mr. Caldwell: Are those interchangeable?

Mr. McEwen: Sometimes.

The Chairman: "Developmental assignments" sounds like a gulag somehow.

Mr. McEwen: It is often the precursor to redirection.

The Chairman: Oh, I see. Yes.

Mr. McEwen: There is jargon tossed around.

• 1500

The Chairman: Mr. McEwen, I think we have a few other questions for you, but the time has run out. We are going to ask you to be kind enough to respond to questions we will submit to you in writing. You have been a most forthright and helpful witness. You were ready for this committee and we thank you for it.

Just before we excuse you, could you tell us how you handled the public announcement in Victoria of the British Columbia reassignment?

Mr. McEwen: While I was briefing the MPs in Ottawa, we had a team in Prince Rupert talking to the community. We also had people calling the mayors of

[Translation]

M. Caldwell: L'Orchestre Philharmonique de Toronto ou un autre orchestre ne reçoit donc aucune subvention.

M. McEwen: Non, non.

M. Caldwell: Mais cet orchestre n'existe plus.

M. McEwen: Non, mais il a déjà existé. Il demeure quand même une exception. Nous avons encore notre propre orchestre maison à Vancouver, je veux parler de la *CBC Vancouver Orchestra*. C'est un orchestre qui a été réuni pour enregistrer des pièces du répertoire canadien. Mais nous ne les subventionnons pas. Tous les musiciens de l'orchestre sont rémunérés.

M. Caldwell: Donc, les sommes que vous remettez à l'Union des musiciens sont liées à la diffusion. N'est-ce pas?

M. McEwen: C'est juste.

M. Caldwell: Encore une dernière chose. Il est toujours très intéressant de venir à Toronto rencontrer les gens de la chaîne d'État. On finit toujours par apprendre de nouveaux mots. J'en ai même appris un aujourd'hui dans une réponse faite à M^{me} McDonald. En effet, vous avez dit que vous aviez l'intention d'augmenter le nombre de femmes cadres en leur offrant des postes de direction chaque fois qu'il s'en libère un et en leur offrant également des «affectations pour leur avancement professionnel». Est-ce que c'est ce qu'on appelait anciennement les «projets spéciaux»?

M. McEwen: Parfois.

M. Caldwell: Ces expressions sont-elles interchangeables?

M. McEwen: Parfois.

Le président: Et ces «affectations» font penser à un *gulag*.

M. McEwen: Ces nouvelles expressions annoncent parfois une nouvelle orientation.

Le président: Ah, je vois.

M. McEwen: Chaque secteur a son jargon.

Le président: Monsieur McEwen, nous aurions bien eu quelques autres questions à vous poser, mais nous n'avons plus le temps. Nous vous saurions gré cependant de nous transmettre ultérieurement les réponses à des questions que nous vous transmettrons par écrit. Votre témoignage nous sera très utile. Nous avons pu constater que vous vous étiez très bien préparé à cette rencontre et nous vous en remercions.

Mais avant de nous quitter, pourriez-vous nous dire comment vous avez traité l'annonce publique faite à Victoria au sujet de la réaffectation de la Colombie-Britannique?

M. McEwen: Pendant que nous nous occupions d'informer les députés à Ottawa, une équipe se rendait à Prince Rupert pour rencontrer les gens de la place.

[Texte]

Prince George, Kelowna, and Kamloops. On the day of the announcement I met with provincial government officials, the provincial secretary and the Mayor of Victoria. Our regional director had met with the premier and the opposition leader. All players had been pre-briefed.

• 1505

We had a live remote at the Empress Hotel in Victoria with a province-wide hook-up and spent 10 minutes making the announcement. We had a live audience in Victoria very positive in their response. After my announcement we took an hour and 15 minutes of phone calls from around the province, including comments and criticisms from the people in Prince Rupert and the Skeena Valley as well as Prince George and down into the Kootenays and the Okanagan. It was a very open kind of process. We did not want to fool anybody. I think the listeners and the officials involved took it in that spirit as well.

The Chairman: Thank you again.

We have an interesting submission from the National Committee for Independent Canadian Unions based in Hamilton. We invite Ralph Ellis, the president, and John Bereza, member of the national committee, to come forward. We have read your written submission and we look forward to hearing your comments. You have an issue to deal with which relates to the broadcasting field and broadcasting policy. We would appreciate it if you would summarize it for us in a few words and then be prepared to take our questions.

Mr. Ralph Ellis (President, National Committee for Independent Canadian Unions): I would like to clear up a question concerning our brief. I have a letter in response to our letter from Mr. Edwards and you. We wanted to clear this up first because it leaves a question in our minds.

On February 25, 1987, we wrote to you on behalf of our committee asking if there was anything you could do to assist us in our fight with cable 14 community television in Hamilton and the CRTC. Your letter tells us there was nothing you could do, but there is a point we are concerned about in your letter. You are saying there is no requirement for equal time provided for in the Broadcasting Act. I have to respectfully question your knowledge of the CRTC when you tell me this.

The CRTC rules and regulations very specifically state that where a licensee provides opportunity on its community channel for the expression of views on matters of public concern, it will provide reasonable

[Traduction]

D'autres personnes se sont également occupées de téléphoner aux maires de Prince George, de Kelowna et de Kamloops. Le jour où la chose fut publiée, j'ai rencontré des représentants du gouvernement provincial, le secrétaire de la province et le maire de Victoria. Notre directeur régional a rencontré le premier ministre et le chef de l'Opposition. Ainsi, tous les acteurs avaient été informés à l'avance.

Nous avons l'Hôtel Victoria, une installation multiplexe avec raccordement à l'échelle provinciale et cette annonce a duré dix minutes. La réaction en direct de l'auditoire de Victoria a été très positive. Après que j'ai fait cette annonce, nous avons pendant une heure et quart répondu aux appels téléphoniques d'un peu partout dans la province, entendu des commentaires et des critiques des résidents de Prince Rupert, de la vallée Skeena et aussi de Prince Rupert et même de Kootenay et de Okanagan. Il y avait donc une très grande liberté. Nous n'avons pas voulu induire en erreur qui que ce soit. J'estime que les auditeurs de même que les représentants intéressés ont vu les choses de cette façon.

Le président: Je vous remercie de nouveau.

Nous avons reçu un exposé très intéressant du Comité national des *Independent Canadian Unions* qui ont leur siège à Hamilton. Nous invitons donc le président Ralph Ellis, de même que John Bereza, membre du Comité national à s'approcher. Nous avons lu votre mémoire écrit et nous serons très heureux d'entendre vos commentaires. Vous avez soulevé la question du domaine de la radiodiffusion et de la politique de radiodiffusion. Nous vous serions très reconnaissants de nous dire en quelques mots ce qu'il en est et vous pourrez ensuite répondre aux questions qui vous seront posées.

M. Ralph Ellis (président, Comité national des *Independent Canadian Unions*): J'aimerais apporter des précisions au sujet de notre mémoire. J'ai reçu une lettre suite à celle que nous avons adressée à M. Edwards et à vous-même. Nous avons voulu tout d'abord jeter un peu de lumière sur la question car nous nous posons des questions à ce sujet.

Le 25 février 1987, nous vous avons adressé une lettre au nom de notre comité pour vous demander de nous aider dans notre lutte avec le CRTC au sujet de la télévision communautaire du câble 14 de Hamilton. Vous nous avez répondu que vous ne pouviez rien faire, mais il y a dans votre lettre une chose qui nous préoccupe. Vous prétendez que la Loi sur la radiodiffusion ne prévoit rien pour ce qui est de la répartition égale de l'écoute. Sauf votre respect, je ne crois pas que vous connaissiez très bien le CRTC si vous nous répondez de cette façon.

Les règles et règlements du CRTC spécifient très clairement que lorsqu'un permis prévoit la possibilité sur les canaux communautaires d'exprimer des opinions sur des questions d'intérêt public, il prévoit également des

[Text]

balanced opportunity for the expression of different views on such matters. Unless the CRTC has changed its rules—

The Chairman: Mr. Ellis, that is the sharp distinction between the U.S. and the Canadian systems. The U.S. regulations provide for equal time and the CRTC regulations provide for a balanced opportunity. The difference in practice is that there is no strict practice of equal time access in Canada, but there is a longstanding practice of balance. I think if we can keep the discussion within the balance frame—those are the Canadian rules—I think you have a case to make that there probably has not been balance in the case in Hamilton, from my understanding of the facts.

• 1510

Mr. R. Ellis: I do not understand. You are referring to United States rules. What does that—

The Chairman: I am sorry. I introduced that because in the United States there is an equal time rule. There is not in Canada.

Mr. R. Ellis: There is not in Canada?

The Chairman: No, there is not.

Mr. R. Ellis: Then what is the—

The Chairman: It is a balanced opportunity in Canada rather than equal time. You read from that, and that was a correct citation of the cable rules.

Ms McDonald, did you want to intervene? I complicated it a little bit by using the U.S. example. I did that because the equal time concept is a U.S. concept, not a Canadian concept.

Ms McDonald: Mr. Chairman, I am not quarrelling with your interpretation. I am just wondering if we could not have the presentation directly from the witnesses so we can all get in on it.

The Chairman: Sure.

Mr. R. Ellis: I just wanted to clear up that point, because—

The Chairman: I was trying to help with the explanation, but please go ahead, Mr. Ellis.

Mr. R. Ellis: As I see it, you are splitting hairs on the word "balanced". I mean, "balanced" or "equal", you are splitting hairs, are you not?

Ms McDonald: Could you give us your remarks?

Mr. R. Ellis: Okay. I will read the brief as is. Our submission deals with chapter 19, community broadcasting, 19.6, found on page 6 of the recommendations of the Task Force on Broadcasting Policy second phase of the review. We are in complete

[Translation]

temps raisonnablement égaux pour exprimer d'autres opinions sur de telles questions. A moins que le CRTC ait modifié ces règlements. . .

Le président: Monsieur Ellis, c'est là une distinction très évidente entre les régimes canadiens et américains. Les règlements américains prévoient une répartition égale du temps d'écoute et les règlements du CRTC prévoient une perspective plus équilibrée. Sur le plan pratique, il y a une différence en ce sens qu'au Canada, on n'exige pas de façon stricte la répartition égale du temps d'écoute mais qu'on cherche depuis toujours à obtenir cet équilibre. Si nous pouvons confiner la question dans ce contexte de l'équilibre—prévu par les règles en vigueur au Canada—j'estime que vous pourriez faire valoir qu'il n'y avait pas équilibre dans cette affaire d'Hamilton, si j'ai bien compris ce qui s'est passé.

M. R. Ellis: Je ne comprends pas. Vous mentionnez les règles en vigueur aux États-Unis. Qu'est-ce que cela a. . .

Le président: Excusez-moi. J'en ai parlé parce qu'il y a aux États-Unis ce règlement concernant le temps d'antenne égal.

M. R. Ellis: Ce n'est pas le cas au Canada?

Le président: Non.

M. R. Ellis: Par conséquent, qu'est-ce que. . .

Le président: Le Canada pratique l'équilibre des possibilités plutôt que le temps d'antenne égal. C'est ce que vous avez cité, et cette citation est tout à fait juste concernant le règlement de la télédistribution.

Madame McDonald, voudriez-vous ajouter quelque chose? J'ai peut-être un peu compliqué les choses en citant l'exemple américain. Je l'ai fait parce que cette notion de temps d'antenne égal est une notion américaine et non pas canadienne.

Mme McDonald: Monsieur le président, je ne mets pas en doute votre interprétation. Je me demande simplement si les témoins ne pourraient pas nous faire leur exposé afin que nous puissions poursuivre.

Le président: Certainement.

M. R. Ellis: Je voulais simplement tirer cette question au clair, car. . .

Le président: J'ai donné ces explications, pour tirer les choses au clair, mais vous avez la parole, monsieur Ellis.

M. R. Ellis: A mon avis, vous coupez les cheveux en quatre lorsque vous parlez «d'équilibre». Je veux dire par là qu'à mon avis «équilibre» ou «temps égal», c'est la même chose, n'est-ce pas?

Mme McDonald: Dites-nous ce que vous en pensez?

M. R. Ellis: Très bien. Je vais vous lire le mémoire tel quel. Notre exposé a trait au chapitre 19, à la radiodiffusion communautaire, au paragraphe 19.6, page 6 des recommandations du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, la deuxième étape de

[Texte]

and unanimous agreement with this part of the recommendations and wish to thank the person or persons who cared enough to bring this matter before the committee.

We understand the Canadian Radio-Television Commission is an arm's length agency set up this way in order to keep it free from political interference. In our opinion this is a very poor set-up for the simple reason that it leaves the powers that be within the CRTC in the position of being judge, jury and executioner. We have found that nobody in the position of authority in the federal government, including our own federal Member of Parliament for Hamilton West, Peter Peterson, wants to question this dictatorial type body.

For over two years we have been engaged in a running battle with the management of Cable 14 community television here in Hamilton and with the CRTC in Ottawa. Our complaint centres around the fact that Cable 14 is deliberately and knowingly violating CRTC guidelines and that the CRTC refuses to enforce its own guidelines.

The management of Cable 14 have allowed the United Steelworkers Union of America to have exclusive use of their facilities to promote this particular union to the exclusion of all other unions in the Hamilton area for over two years. During this period they made us a totally ridiculous offer of one half hour of air time to compensate for their wrongdoing, which we rightfully refused to accept. And because we refused to accept this ludicrous offer, they are saying they are living up to the CRTC guidelines, which read as follows:

Where a licensee provides opportunity on its community channel for the expression of views on matters of public concern, it shall provide reasonable balanced opportunity for the expression of differing views on such matters.

Since we can see no reasonable or logical explanation for the actions of Cable 14 in allowing this American branch plant union to monopolize their facility while at the same time denying and refusing representatives of independent Canadian unions that same treatment, we have to wonder if there was some kind of secret deal made between the management of Cable 14 and this American union to keep them on the air and to keep us off the air.

We are enclosing pertinent correspondence between us, Cable 14, and the CRTC and look forward to appearing before your committee hearings when we will have much more to say.

The Chairman: Mr. Ellis, thank you very much for presenting that to us. Mrs. Finestone, would you like to begin questioning?

Mrs. Finestone: Mr. Chairman, I must say I find myself at a loss. I understand the concern, and I certainly would not like to not be allowed to have my members' views expressed in this particular instance. On the other hand, because I do not know the other side of the story... There is a general expression that there are three sides to

[Traduction]

l'examen de cette politique. Nous sommes tout à fait d'accord avec cette partie des recommandations et nous remercions la ou les personnes qui ont bien voulu soulever la question devant le Comité.

Nous savons que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes est un organisme indépendant, à l'abri de toute ingérence politique. A notre avis, c'est là une conception défectueuse pour la simple raison que le CRTC est à la fois juge, jury et bourreau. Nous nous sommes rendu compte qu'aucune autorité fédérale, y compris notre propre député d'Hamilton-Ouest, Peter Peterson, ne tient à remettre en question cet organisme dictatorial.

Nous sommes aux prises depuis plus de deux ans avec l'administration de la télévision communautaire du câble 14 ici à Hamilton et avec le CRTC à Ottawa. Nous nous plaignons surtout du fait que le câble 14 enfreint sciemment les lignes directrices du CRTC et que celui-ci refuse de faire respecter ses propres lignes directrices.

L'administration du câble 14 a permis aux Métallurgistes Unis d'Amérique l'utilisation exclusive de leurs installations, pour faire de la propagande à l'exclusion de tous les autres à Hamilton pendant plus de deux ans. Au cours de cette période, elle nous a fait une offre tout à fait ridicule, soit une demi-heure d'antenne en guise d'amende honorable, que nous avons bien sûr refusée. Parce que nous avons refusé cette offre ridicule, ces gens prétendent qu'ils respectent les lignes directrices du CRTC qui portent:

Lorsqu'un titulaire de licence permet que son canal communautaire soit utilisé pour la diffusion de vues sur des questions d'intérêt public, il doit accorder un accès raisonnable aux opinions différentes qui sont exprimées sur ces questions.

Puisqu'il n'y a pas à notre avis d'explication raisonnable ou logique des agissements du câble 14 qui permet au syndicat d'une filiale américaine de monopoliser ses installations tout en refusant aux représentants de syndicats canadiens le droit de s'en servir, nous nous demandons s'il n'y a pas eu une entente secrète entre l'administration du câble 14 et ce syndicat américain pour nous tenir à l'écart des ondes.

Nous joignons la correspondance échangée entre nous, le câble 14 et le CRTC et nous attendons avec impatience de comparaître aux audiences de votre Comité pour vous en dire bien davantage.

Le président: Monsieur Ellis, je vous remercie beaucoup de cet exposé. Madame Finestone, voulez-vous commencer?

Mme Finestone: Monsieur le président, j'avoue être un peu perdue. Je comprends les préoccupations du témoin, et je ne voudrais pas que l'on ne me permette pas d'exprimer mon opinion en tant que députée dans ce cas-ci. Par ailleurs, étant donné que je ne connais pas l'autre côté de la médaille... On dit de façon générale qu'il y a

[Text]

the story: yours, mine, and the real story. So I really feel inadequate to the task, Mr. Chairman, and for that reason, while empathetic, I pass on the question.

• 1515

Mr. Pennock: Well, I share some of Mrs. Finestone's views. Maybe I can ask a couple of questions to give us a little bit of further insight. Could you tell me what the National Committee for Independent Canadian Unions is about? How about unions? Is it made up of a number? Could you just give me some background material, please?

Mr. R. Ellis: Yes, okay. We have 1,600 members across Canada. Our goal is an unenviable one. We are dedicated to the task of replacing international branch-plant American unions in Canada with independent Canadian unions.

Ms McDonald: Excuse me, do you mean 1,600 unions or 1,600 individual members?

Mr. R. Ellis: Members.

Ms McDonald: How many unions?

Mr. R. Ellis: No, our committee is the National Committee for Independent Canadian Unions, not of independent Canadian unions.

Ms McDonald: So none of your members are actually unions?

Mr. R. Ellis: Oh yes. Our membership consists of people who are members of various unions.

Ms McDonald: I am still not clear. Your 1,600 are individual people.

Mr. R. Ellis: Yes.

Ms McDonald: They would belong to how many different unions?

Mr. R. Ellis: Well, we have a wide variety. We have people who are members of the steelworkers' union, glassworkers, office workers, construction workers—what have you.

The Chairman: Thank you. Maybe a dozen unions?

Mr. R. Ellis: Well, no, you see our committee is the National Committee for Independent Canadian Unions, not of.

The Chairman: I understand that, but we are trying to get an idea of the range of people who make up your membership. Probably they belong to various different unions.

Mr. R. Ellis: Yes.

[Translation]

trois aspects à une question: le vôtre, le mien et ce qui s'est passé en réalité. Par conséquent, je ne puis de façon adéquate aborder la question, monsieur le président, et c'est la raison pour laquelle je m'abstiens d'en discuter à ce moment-ci, même si j'éprouve beaucoup de sympathie à ce sujet.

M. Pennock: Je partage tout à fait l'avis de M^{me} Finestone. Je pourrais peut-être quand même soulever quelques questions afin que nous puissions mieux comprendre de quoi il s'agit. Pouvez-vous me dire ce que représente le Comité national des syndicats canadiens indépendants? Combien comprend-il de syndicats? Est-ce qu'il y en a un certain nombre? Pouvez-vous me donner les renseignements de base s'il vous plaît?

M. R. Ellis: Très bien. Nous comptons quelque 1,600 membres au Canada. Cet objectif n'est pas enviable. Nous nous sommes donnés pour tâche de remplacer les syndicats internationaux américains dans les filiales canadiennes par des syndicats canadiens indépendants.

Mme McDonald: Excusez-moi, voulez-vous dire 1,600 syndicats ou 1,600 membres indépendants?

M. R. Ellis: Il s'agit de membres.

Mme McDonald: Combien y a-t-il de syndicats?

M. R. Ellis: Non, notre comité est un comité national pour des syndicats canadiens indépendants et il n'est donc pas composé de syndicats canadiens indépendants.

Mme McDonald: Par conséquent, aucun de vos membres ne représente vraiment des syndicats?

M. R. Ellis: Oh oui. Nos membres sont des personnes qui sont membres de divers syndicats.

Mme McDonald: Je ne comprends pas très bien. Vos membres représentent 1,600 personnes distinctes.

M. R. Ellis: Oui.

Mme McDonald: Elles appartiendraient à combien de syndicats différents?

M. R. Ellis: Il y a des syndicats très divers. Nous avons des gens qui sont membres du syndicat des travailleurs de l'acier, des travailleurs du verre, du personnel de bureau, des travailleurs de la construction—de bien d'autres à qui vous pouvez penser.

Le président: Je vous remercie. Autrement dit une douzaine de syndicats?

M. R. Ellis: Eh bien non, vous voyez notre comité est un comité national pour les syndicats canadiens indépendants et non pas composé de syndicats indépendants.

Le président: Je comprends, mais vous essayez de me dire quelles sont les diverses personnes qui composent votre affiliation. Elles appartiennent probablement à divers syndicats différents.

M. R. Ellis: Oui.

[Texte]

Ms McDonald: Could I just ask another point of clarification?

The Chairman: With Mr. Pennock's consent. He has the floor.

Mr. Pennock: Certainly, as long as you—

Ms McDonald: It may help. So the members of your committee would belong to basically American unions. If they belonged to a Canadian union, they would not bother.

Mr. R. Ellis: Yes.

Ms McDonald: Yes, okay.

Mr. R. Ellis: Yes, as I say, we have the unenviable task of trying to get rid of American branch-plant unions in Canada.

Mr. Pennock: On your letterhead it says Hamilton branch. How many branches are there? Is Hamilton the head office, and if not where is the head office?

Mr. R. Ellis: Hamilton is the main office, yes.

Mr. Pennock: It says Hamilton branch. Do you have other branches of this national committee?

Mr. R. Ellis: Yes. In Edmonton, in B.C.

Mr. Pennock: Okay. Of your 1,600 members, how many of them are in the Hamilton area?

Mr. R. Ellis: Roughly some 370.

Mr. Pennock: Roughly one-quarter then. Could you share with us what Cable 14 is doing? What have they been doing that you feel has been an injustice? I hear what you are saying: Hey, they are giving the other people more share. But how much? What are they doing? What types of programs are they running? I mean, if the Defasco choir goes on the cable, do you consider that part of time you should have balanced time for?

Mr. R. Ellis: I see. Our trouble started with Cable 14 in November of 1984, when the management of 14 decided to take our labour program, entitled *Attention Unions*, off the air. Our program was a program open to all unions in the Hamilton area. In other words, any union member who had something to say... our program was open to that person to come on and say it. The management of Cable 14, for reasons better known to themselves, took our show off the air on the phony excuse that no program on that cable station could last more than three months at any one time. Fine; we went along with that.

They took our program off the air. They put the steelworkers' program on the air. And that program was on the air for over two years. What happened to the three-month rule that applied to us but not to the United

[Traduction]

Mme McDonald: Puis-je vous poser une autre question afin de mieux comprendre?

Le président: Si M. Pennock le permet, c'est lui qui a la parole.

M. Pennock: Certainement, en autant que vous.

Mme McDonald: Ce peut être utile. Par conséquent, les membres de votre comité appartiendraient fondamentalement à des syndicats américains. S'ils appartenaient à un syndicat canadien, ils ne seraient pas intéressés.

M. R. Ellis: Oui.

Mme McDonald: Très bien.

M. R. Ellis: Je le répète, nous avons cette tâche peu enviable d'essayer de nous débarrasser des syndicats de filiales canadiennes d'entreprises américaines.

M. Pennock: Nous lisons, dans l'en-tête de votre lettre, qu'il s'agit de la filiale d'Hamilton. Combien de filiales y a-t-il? Est-ce qu'Hamilton est le siège social, autrement où se trouve-t-il?

M. R. Ellis: Oui, le bureau principal est à Hamilton.

M. Pennock: L'en-tête de lettre mentionne qu'Hamilton est la filiale. Est-ce que vous avez d'autres filiales pour ce comité international?

M. R. Ellis: Oui, il y en a une à Edmonton et en Colombie-Britannique.

M. Pennock: Très bien. De vos 1,600 membres, combien résident dans la région d'Hamilton?

M. R. Ellis: Environ 370.

M. Pennock: Soit environ le quart. Pouvez-vous nous dire ce que fait le Câble 14? Qu'a-t-il fait d'injuste à votre avis? Vous semblez nous dire: le câble accorde à d'autres une portion d'écoute plus importante. Combien plus importante? Que fait-il? Quels sont les genres de programmes à l'écran? Je veux dire par là que si le chœur Defasco est câblodiffusé, s'agit-il là à votre avis d'une écoute pour laquelle il vous faudrait une écoute équivalente?

M. R. Ellis: Je vois. Nous avons commencé à éprouver des difficultés avec le Câble 14 en novembre 1984, quand l'administration du Câble 14 a décidé de retirer des ondes notre programme syndical intitulé *Attention Union*. Notre programme s'adressait à tous les syndicats de la région d'Hamilton. Autrement dit, tout membre ou syndicat qui avait quelque chose à dire... N'importe qui pouvait participer au programme pour dire ce qu'il avait à dire. L'administration de Câble 14, pour des raisons qui leur sont propres, a retiré des ondes ce programme en prétendant qu'aucun programme sur cette station de câble ne pouvait durer plus de trois mois à la fois. Très bien, nous l'avons accepté.

La station a donc retiré notre programme des ondes, pour le remplacer par le programme des travailleurs de l'acier. Ce dernier programme est en ondes depuis plus de deux ans. Qu'en est-il du règlement de trois mois qui

[Text]

Steelworkers of America? Basically, that is what it is all about.

[Translation]

s'appliquait à nous, mais non pas aux Travailleurs unis de l'acier d'Amérique? Voilà fondamentalement de quoi il s'agit.

• 1520

Mr. Pennock: I would like to offer a comment in defence of my seat-mate in the House of Commons, Mr. Peterson. Your perception of his not wanting to interfere with the CRTC is an improper one. The arm's-length policy prevents interference by politicians. This is a position that most people in this party favour. On behalf of Mr. Peterson, who is not before the committee, I want to say that I do not think it is matter of desire. It is simply not right for us to interfere with the CRTC.

Mr. R. Ellis: This is our point. We cannot see why the CRTC should be a law unto themselves. That does not make sense to us. Somebody should be able to go in there, question them, and get some action. We filed an intervention with the CRTC against the renewal of Cable 14's licence, and the CRTC would not even condescend to listen to us. Not only did they renew the licence of Cable 14, they added insult to injury by congratulating them. We called for a public investigation, and the CRTC refused.

The Chairman: When you filed your intervention, the CRTC accepted the written intervention. Did you ask to appear at the hearing?

Mr. R. Ellis: Yes, we wanted to make oral presentations.

The Chairman: You were not given that opportunity?

Mr. R. Ellis: No.

The Chairman: You say that they were congratulated in the licensing decision. Was there any reference made in the licensing decision to your intervention?

Mr. R. Ellis: No, not at the time. We only learned about it after the hearings had taken place. We were notified that Cable 14 had had their licence renewed, and that they were congratulated on their past work. They told us that they had done an investigation. But if they had actually done that investigation, they would have found that our charges were irrefutable.

Mr. Caldwell: You say the United Steelworkers of America have a program on the air.

Mr. R. Ellis: Not now.

Mr. Caldwell: Was it an hour they had on?

Mr. R. Ellis: No, half an hour.

Mr. Caldwell: You had half an hour on at one stage of the game too.

Mr. R. Ellis: Yes.

M. Pennock: J'aimerais me porter à la défense de mon collègue de la Chambre des communes, M. Peterson. Ce n'est pas tout à fait juste de prétendre, comme vous l'avez fait, qu'il ne voulait pas s'ingérer dans les affaires du CRTC. La politique d'indépendance empêche les politiciens de s'ingérer. Voilà une position que préfèrent la plupart des gens de ce parti. Au nom de M. Peterson, qui n'est pas présent, permettez-moi de souligner qu'il ne s'agit pas simplement d'une question de choix, mais de droit que nous n'avons pas de nous immiscer dans les affaires du CRTC.

M. R. Ellis: C'est là votre point de vue. Nous ne voyons pas pourquoi le CRTC doit faire figure de loi. À notre avis, cela n'a pas de sens. Quelqu'un devrait pouvoir s'adresser au conseil, l'interroger, et obtenir qu'il agisse. Nous avons déposé une proposition auprès du CRTC afin que la licence du Câble 14 ne soit pas renouvelée, mais le conseil n'a même pas voulu nous entendre. Non seulement il a renouvelé la licence du Câble 14, mais il nous a fait l'affront de féliciter cette station. Nous avons demandé une enquête publique, mais le CRTC l'a refusée.

Le président: Quand vous avez fait cette intervention auprès du CRTC, celui-ci a accepté votre demande écrite. Avez-vous demandé de comparaître à une audience?

M. R. Ellis: Oui, nous voulions présenter un exposé de vive voix.

Le président: On ne vous a pas permis de le faire?

M. R. Ellis: Non.

Le président: Vous nous avez dit que l'on avait même félicité la station lors de la décision rendue au sujet de la licence. A-t-on mentionné à ce moment-là votre intervention?

M. R. Ellis: Non, pas à ce moment-là. Nous avons entendu dire par la suite que des audiences avaient eu lieu. On nous a avisés que le Câble 14 avait obtenu son renouvellement de licence et qu'on les avait félicités du travail accompli. On nous a laissé entendre qu'une enquête avait été faite. Mais si tel avait été le cas, on se serait rendu compte que nos accusations étaient irrefutables.

M. Caldwell: Vous dites que les Travailleurs unis de l'acier d'Amérique ont une émission sur les ondes.

M. R. Ellis: Non pas maintenant.

M. Caldwell: S'agissait-il d'une émission d'une heure?

M. R. Ellis: Non, d'une demi-heure.

M. Caldwell: Vous aviez également une émission d'une demi-heure à un moment donné.

M. R. Ellis: Oui.

[Texte]

Mr. Caldwell: So that is all the steelworkers have is this half hour a week. Is that all you have to support the charge that the steelworkers have exclusive use of their facilities to promote their union? It is just one show you are talking about, not the whole cable system. It was management that told you they did not want your show any more, not the steelworkers. So why is your gripe with the steelworkers? It was not they who took you off the air.

Mr. R. Ellis: I am not arguing that point.

Mr. Caldwell: They why are you bad-mouthing the United Steelworkers of America?

Mr. R. Ellis: The point is that our program was open to any and all unions in the Hamilton area. The steelworkers program was open only to the affairs of United Steel Workers of America union.

Mr. Caldwell: You said:

The United Steelworkers Union of America have exclusive use of their facilities to promote their particular union to the exclusion of all other unions in the Hamilton area.

That is pretty strong. You accuse the cable company of excluding all others except the United Steelworkers of America.

Mr. R. Ellis: Cable 14 gave the United Steelworkers of America this half-hour show, and they kept that half an hour to deal with their union and their union only. A community cable station should not let any group cater only to its members. It should be open to the whole community.

• 1525

Mr. Caldwell: I think to be honest, Mr. Ellis, there is probably... How many members would there be of the steelworkers union in Hamilton? Thousands and thousands.

Mr. R. Ellis: They are roughly 12,000. No, I am sorry. There are 40,000 union members in the Hamilton area; 28,000 of them are—

Mr. Caldwell: You therefore have 28,000 of them versus 300 or 400 of your people. Were they there preaching the ideology that being an international union is great? Were they saying things like that or were they talking about things the union was doing to help the families, such as social benefits and some of these things?

[Traduction]

M. Caldwell: C'est donc tout ce que les travailleurs de l'acier avaient eux aussi, une demi-heure par semaine. Est-ce là le seul motif que vous aviez pour porter plainte, à savoir que les travailleurs de l'acier pouvaient exclusivement utiliser les installations du Canal 14 pour promouvoir leur syndicat? Il ne s'agit donc que d'une seule émission, et non pas de tout le système de câblodiffusion. C'est l'administration, et non pas les travailleurs de l'acier, qui vous a avertis que votre émission ne serait plus en ondes. Pourquoi vous en prendre aux travailleurs de l'acier? Ce n'est pas eux qui ont retiré votre émission des ondes.

M. R. Ellis: Ce n'est pas l'argument que j'ai avancé.

M. Caldwell: Pourquoi donc vous en prendre aux Travailleurs unis de l'acier d'Amérique?

M. R. Ellis: Le fait est que notre émission était ouverte à tous et à chacun des syndicats dans la région d'Hamilton. L'émission des travailleurs de l'acier ne l'était que pour les questions touchant au syndicat des Travailleurs unis de l'acier d'Amérique.

M. Caldwell: Vous avez déclaré:

Le syndicat des Travailleurs unis de l'acier d'Amérique avait l'utilisation exclusive des installations pour promouvoir son syndicat, à l'exclusion de tous les autres syndicats d'Hamilton.

C'est dit en termes non équivoques. Vous accusez la société de câblodiffusion d'exclure tous les autres syndicats, sauf le syndicat des Travailleurs unis de l'acier d'Amérique.

M. R. Ellis: Le Câble 14 a accordé une demi-heure d'émission au syndicat des Travailleurs unis de l'acier d'Amérique, qui se sont servis de cette demi-heure pour traiter des affaires de leur syndicat exclusivement. Une station de câblodiffusion communautaire ne devrait pas permettre qu'un groupe ne s'occupe que de ses membres. La station devrait ouvrir ses portes à toute la communauté.

M. Caldwell: Honnêtement, monsieur Ellis, il y a probablement... Combien y a-t-il de membres dans le Syndicat des travailleurs de l'acier à Hamilton? Des milliers et des milliers.

M. R. Ellis: Il y en a environ 12,000. Non, excusez-moi; il y a 40,000 membres syndiqués dans la région d'Hamilton, 28,000 sont...

M. Caldwell: Il y en a donc 28,000 comparativement à 300 ou 400 chez vous. Ont-ils argué que le fait d'être un syndicat international est quelque chose de fantastique? Est-ce le genre de choses qu'ils ont prétendues ou racontaient-ils ce que fait le syndicat pour aider les familles, comme par exemple les avantages sociaux qui sont accordés et d'autres choses du même genre?

[Text]

Mr. R. Ellis: That was covered too, but basically their point was to promote the steel workers' union as opposed to any other union.

Mr. Caldwell: Mr. Chairman, just to close, the only point I am making is that it would seem to me the fight is not with the United Steel Workers of America but with the cable company.

Mr. R. Ellis: Yes, it is with the cable company.

Mr. Caldwell: Of course some of the literature you provided seemed to back it up, that your fight was with international unions rather than with the...

Mr. R. Ellis: It is, but our fight is with Cable 14 for allowing the steel workers to monopolize that half-hour show every week to the benefit of the steel workers' union.

Mr. Caldwell: Maybe they thought it was a better show.

Mr. R. Ellis: No, no. I do not think so.

Ms McDonald: You refer to this correspondence you have had with the CRTC. My file does not include it. Have you given it to the clerk?

Mr. R. Ellis: I sent—

Ms McDonald: Do we have copies of all of that? Okay. We will then have a chance to have a look at it.

Can I just clarify your numbers? If the people are in American unions and they want to promote Canadianization, they join your committee. If you are successful, you in effect lose members; people would then say IWA... Once they have broken off, they would not need to belong to your committee any more.

Mr. R. Ellis: That is true.

Ms McDonald: You would have kind of a recycled membership.

Mr. R. Ellis: Yes. Our goal is to replace American branch plant unions in Canada with independent Canadian unions.

Ms McDonald: Okay. When you were running this program, I understand that people could come in and do programs from any union in the Hamilton area. Do you have any idea of how successful your program was in terms of attracting attention, of responding to people's needs in the area? Can you justify it on the grounds of who was watching, who was responding to it and so forth?

Mr. R. Ellis: No, because cable stations—at least the one in Hamilton—do not do a survey as to what kind of viewing audience they have. We can only go on what we

[Translation]

M. R. Ellis: Il en a été question également, mais ils ont surtout fait la promotion du syndicat des Travailleurs de l'acier à l'exclusion de tout autre syndicat.

M. Caldwell: Monsieur le président, pour terminer, je crois comprendre qu'il ne s'agit pas d'une lutte avec les Travailleurs de l'acier unis de l'Amérique, mais plutôt avec la société de câblodiffusion.

M. R. Ellis: Oui, c'est bien cela.

M. Caldwell: Les documents que vous avez déposés semblent, bien sûr, aller dans ce sens, à savoir que vous avez lutté contre les syndicats internationaux plutôt que...

M. R. Ellis: C'est vrai. Mais nous avons lutté contre la station de Câble 14, qui permet aux travailleurs de l'acier de monopoliser cette émission d'une demi-heure chaque semaine au profit du syndicat des Travailleurs de l'acier.

M. Caldwell: La station était peut-être d'avis qu'il s'agissait d'une meilleure émission?

M. R. Ellis: Non, non; je ne le crois pas.

Mme McDonald: Vous avez mentionné de la correspondance que vous avez échangée avec le CRTC. Je ne la trouve pas dans mon dossier. L'avez-vous remise au greffier?

M. R. Ellis: J'ai envoyé...

Mme McDonald: Avons-nous reçu copie de tout cela? Très bien. Nous aurons donc l'occasion de la consulter.

Puis-je obtenir des précisions au sujet des chiffres? Si des gens appartiennent à des syndicats américains et qu'ils veulent promouvoir la canadianisation des syndicats, ils deviennent membres de votre comité. Si vous réussissez, perdez-vous des membres, car ces personnes pourraient prétendre que le Syndicat international des travailleurs d'acier unis... Une fois qu'ils s'en sont dissociés, ils n'auraient pas besoin d'appartenir à votre comité non plus.

M. R. Ellis: C'est juste.

Mme McDonald: Vous avez en quelque sorte des membres recyclés.

M. R. Ellis: Oui. Nous avons pour objectif de remplacer les syndicats de la filiale américaine au Canada par des syndicats canadiens indépendants.

Mme McDonald: Très bien. Lorsque votre émission a été sur les ondes, je crois comprendre que des gens pouvaient se présenter ou parler au nom de n'importe quel syndicat de la région d'Hamilton. A votre avis, votre émission réussissait-elle à attirer l'attention de la population, à répondre aux besoins des gens de votre région? Pouvez-vous justifier votre émission en évoquant le nombre de personnes qui l'écoutaient ou qui réagissaient à cette émission, par exemple?

M. R. Ellis: Non. Étant donné que les stations de câble—du moins celles d'Hamilton—ne font pas de sondage au sujet des cotes d'écoute. Nous pouvons nous

[Texte]

hear and, as far as we heard, everybody was quite happy with the program.

Ms McDonald: You were getting positive feedback yourself. It is true that they do not seem to do surveys anywhere in the country where we have tried to get this information for community channels. Are you still prepared to do this show? Are you trying to revive it?

Mr. R. Ellis: Why not? Our purpose for being here is not that we want to get back on the air, although we would not mind. Our purpose here is to point out that Cable 14 is being very unfair in the way they are handling this situation and that the CRTC rules are not being lived up to by Cable 14.

Ms McDonald: Okay. Thanks, Mr. Chairman.

The Chairman: Mr. Ellis, we thank you for bringing this to us. I used to be in the broadcasting business and I had to apply this rule from time to time, subject to the scrutiny of the CRTC. The rule of thumb we used at that time was roughly one of numbers and whether there was a point of view that was not getting represented in any other way in the community. We did provide access to what was clearly very much a minority point of view from time to time in the interests of fairness. That was the way we applied it, and we never ran afoul of the CRTC in doing it that way.

• 1530

I have two comments to offer you. I hope they can be helpful to you. First of all, I go back to the wording of the regulation, which says "reasonable balanced opportunity". That is not an equal-time provision, but it is a provision that could give you some help. I would suggest. . . I do not know whether you want to go to this trouble, but you do have access to the courts. The CRTC is not above the courts. The Broadcasting Act does provide for appeals to the courts if you feel the CRTC has not provided you with a "reasonable balanced opportunity". Of course the courts are not free. It depends on how strongly you feel about your case. But I should advise you that the opportunity does exist.

Mr. R. Ellis: Would this be a federal matter?

The Chairman: Yes, it would. I think you should get a lawyer to advise you on that, but you would wind up in the federal court system, yes. Ultimately you would.

So that is something you might want to investigate. Our purpose today in receiving you was not to give you any kind of redress, because we are not empowered to do that, but to give you an opportunity to bring this problem

[Traduction]

fier simplement à ce que nous avons entendu, et sur ce plan tout le monde semblait très heureux de l'émission.

Mme McDonald: Vous aviez donc des réactions positives à ce sujet. C'est vrai que l'on ne semble pas faire de sondage au pays, car nous avons essayé d'obtenir des renseignements sur les canaux communautaires. La station est-elle toujours disposée à présenter cette émission? Essayez-vous de la faire revivre?

M. R. Ellis: Pourquoi pas. Nous ne sommes pas ici parce que nous voulons retourner sur les ondes, bien que nous n'y voyions pas d'inconvénient. Nous sommes ici pour souligner que le Câble 14 a été très injuste dans ce cas et que le CRTC n'a pas fait respecter ses règlements par la station 14.

Mme McDonald: Très bien. Merci, monsieur le président.

Le président: Monsieur Ellis, nous vous remercions d'avoir porté cette question à notre attention. J'ai déjà travaillé dans la radiodiffusion, et il m'a fallu de temps à autre obéir à ce règlement, sous réserve que le CRTC fasse un examen rigoureux. La règle que nous évoquions à l'époque était surtout celle du nombre, nous nous demandions si un point de vue n'était pas bien produit par la communauté. Nous avons permis à des points de vue minoritaires de se faire entendre à l'occasion afin d'être justes envers tous. C'est de cette façon que nous avons appliqué le règlement et nous n'avons jamais eu de problème avec le CRTC en agissant de la sorte.

Je voudrais vous faire deux remarques qui vous seront utiles, je l'espère. Premièrement, je reviens au libellé du règlement qui précise qu'il doit y avoir «possibilité d'accès raisonnablement équilibrée». Il ne s'agit pas d'une disposition concernant la répartition égale du temps, mais d'une disposition qui peut vous aider. Je proposerais. . . Je ne sais pas si vous voulez vous donner cette peine, mais vous avez accès aux tribunaux. Le CRTC ne prime pas les tribunaux. La Loi sur la radiodiffusion prévoit des appels devant les tribunaux si on est d'avis que le CRTC n'offre pas «une possibilité d'accès raisonnablement équilibrée». Évidemment, il en coûte quelque chose de s'adresser aux tribunaux. Ça dépend si vous voulez vraiment faire quelque chose à ce sujet. Toutefois, je vous signale que cette possibilité existe.

M. R. Ellis: Il s'agit d'une question de compétence fédérale?

Le président: Oui, ce serait de compétence fédérale. J'estime qu'il vous faudrait retenir les services d'un avocat pour vous conseiller en la matière, mais bien sûr, il vous faudrait vous adresser à une cour fédérale. En définitive, c'est ce qu'il vous faudrait faire.

C'est peut-être là une question que vous voudrez examiner. En vous recevant aujourd'hui, nous n'avons pas pour objectif de vous donner réparation, car nous n'avons pas l'autorité pour le faire, mais de vous donner

[Text]

to us, to give it an airing, and to try to steer you in the right direction. I hope it has been helpful to you.

Mr. R. Ellis: Well, we have tried everything else, and nothing seems to move the CRTC.

The Chairman: Well, they are set up by law, and they are subject to the law. If you feel they have dealt with you improperly, you have recourse to the law.

M. Blackburn (Jonquière): J'ai peut-être manqué quelques-unes des questions qui ont été posées par mes collègues, mais cette question du CRTC m'intéresse. Vous nous dites que le CRTC ne fait pas respecter une clause d'un certain règlement. Êtes-vous entrés en contact avec les gens du CRTC et, si oui, de quelle façon vous ont-ils répondu? Comment ont-ils traité votre demande?

Mr. R. Ellis: For these two years of violating CRTC guidelines, the management of Cable 14 offered us one half-hour program in that two-year period; and when they did this, they said to the CRTC they were fulfilling their obligations, and the CRTC agreed with them.

• 1535

M. Blackburn (Jonquière): Je veux savoir si vous avez pu discuter avec les autorités du CRTC. S'il y a eu des échanges, est-ce qu'ils se sont faits par lettres? Est-ce que vous avez discuté avec eux au téléphone? Est-ce que vous les avez rencontrés? Comment s'est passée cette démarche? C'est ce qui m'intéresse.

Mr. R. Ellis: Yes, we have a whole bunch of correspondence, mostly from Mr. Fernand Bélisle. About 90% of the correspondence came from Mr. Fernand Bélisle. He is the secretary general of the CRTC.

M. Blackburn (Jonquière): Donc, il y a eu échange de correspondance, mais vous n'avez pas eu de discussions avec les représentants du CRTC, au téléphone ou autrement.

Mr. R. Ellis: I went to Ottawa once and attempted to see Mr. Bélisle, but he was at a meeting, and the man who I spoke to was anything but sympathetic. We just could not get anywhere with him.

M. Blackburn (Jonquière): Cela répond en partie à mes questions. Voici pourquoi je les posais. Vous savez que le CRTC régit non seulement la radiodiffusion canadienne, mais aussi le service régional de Bell Canada et autres. Je voulais savoir comment le CRTC réagit aux demandes des citoyens ou des représentants des syndicats. Je voulais savoir s'il prend la peine d'écouter vos doléances et d'y répondre. Vous avez répondu à mes questions et je vous en remercie.

The Chairman: Thank you again, Mr. Ellis. It is frustrating. It is frustrating dealing with a bureaucracy, but it would be I think even more frustrating if we always had to deal with politicians to get access to the airwaves, if they were the only agency. The CRTC is not perfect. I think in private even they will admit that from time to

[Translation]

l'occasion de nous faire connaître ce problème, d'en parler publiquement, et d'essayer de vous indiquer la marche à suivre. J'espère que ça vous sera utile.

M. R. Ellis: Nous avons essayé tout le reste, et rien ne semble faire bouger le CRTC.

Le président: La loi a permis que cet organisme voie le jour, mais il est soumis à la loi. Si, à votre avis, il ne vous a pas traités de façon équitable, vous pouvez avoir recours à la loi.

Mr. Blackburn (Jonquière): I might have missed a few questions that were asked by my colleagues, but I am interested by this CRTC issue. You are telling us that the CRTC did not implement a clause of some regulations. Did you communicate with the CRTC people and if so what was their answer? Did they process your request?

M. R. Ellis: La direction du Câble 14 enfreint depuis deux ans les directives du CRTC puisqu'ils ont fait une émission d'une demi-heure en deux ans. Ils ont déclaré au CRTC que, ce faisant, ils respectaient leurs obligations et le CRTC leur a donné raison.

Mr. Blackburn (Jonquière): I want to know whether you have been able to discuss things with the CRTC authorities. If there has been any exchange of views, is there correspondence? Did you have telephone conversations or meet them? How exactly did you go about it? That is what I want to know.

M. R. Ellis: Oui, nous avons échangé beaucoup de correspondance, principalement avec M. Fernand Bélisle. Environ 90 p. 100 des lettres provenaient de M. Fernand Bélisle, secrétaire général du CRTC.

Mr. Blackburn (Jonquière): So there was correspondence but you have not had any discussions with the CRTC representatives, either by phone or in person.

M. R. Ellis: Je suis allé à Ottawa une fois et j'ai essayé de voir M. Bélisle, mais il assistait à une réunion et l'homme à qui j'ai parlé était tout sauf sympathique. On ne pouvait rien tirer de lui.

Mr. Blackburn (Jonquière): That is a partial answer to my questions. Let me explain why I was asking them. You know that the CRTC regulates not only Canadian broadcasting, but also the regional service offered by Bell Canada and others. I wanted to know how the CRTC reacts to requests from citizens or union representatives. I wanted to know whether it takes the trouble to listen to your grievances and give you answers. Thank you for your answers.

Le président: Je vous remercie encore une fois, monsieur Ellis. C'est frustrant d'avoir affaire aux bureaucrates, mais je pense qu'il serait encore plus frustrant de devoir passer par les politiciens pour avoir accès aux ondes, si c'était le seul mécanisme. Le CRTC n'est pas parfait. Je pense qu'il le reconnaîtra parfois en

[Texte]

time. But the fact of the matter is that is the imperfect instrument that exists.

One final point I would leave with you, and this is around the corner when the Minister of Communications introduces her new broadcasting act, the new broadcasting act would give the government—that is, the elected people, through the Minister—the authority to direct the CRTC in matters of policy, and if this could be described as a matter of policy, that might be an avenue open. I hope you will join with us in encouraging the Minister to bring that legislation in soon.

Mr. R. Ellis: Anything we can do, we certainly will do.

The Chairman: Talk to Peter Peterson. I am sure he will help. Thank you very much, both of you.

We move now to representatives of First Choice Canadian Communications Corporation. Mr. Klinkhammer, are we going to have a bit of show and tell today?

Mr. Fred Klinkhammer (President and Chief Executive Officer, First Choice Canadian Communications Corporation): A wee bit.

The Chairman: Good. Well, sir, we welcome you. We would invite you to introduce your colleagues. I think you know the drill very well. Please go ahead.

Mr. Klinkhammer: Thank you very much, Mr. Chairman. With me are Wendy Bernfeld, our director of business affairs, and Paul Gratton, our director of programming.

Let me first thank you for the opportunity to appear today, and to acknowledge your recommendations from the first phase of these hearings. Given our brief time, we will only focus on two issues: first, Canadian content, and second, a threat to the entire system—namely, direct broadcast satellite. Or perhaps it is not a threat after all.

• 1540

Let us turn first to Canadian content. We agree with and endorse the task force recommendations that Canadian-content requirements for pay television services should be realistic and appropriate and tied to subscription levels as they expand. Since First Choice cannot produce, we can only stimulate the system through equity participation, licence fees, and pre-buy commitments to other producers. But in doing so we indeed bring many projects to fruition.

In addition, we believe we have a unique obligation to prime the pump, and we do that through the independently funded Foundation to Underwrite New Drama—as we call it, FUND. Now just a year old, it has

[Traduction]

privé. Mais malgré son imperfection, c'est l'instrument dont nous disposons.

En conclusion, je vous rappelle que lorsque la ministre des Communications présentera sa nouvelle loi sur la radiodiffusion, elle donnera au gouvernement, c'est-à-dire aux représentants élus par l'entremise du ministre, l'autorité de donner des directives au CRTC en matière de politiques et, si on estime que cette question s'y rapporte, ce sera peut-être une possibilité. J'espère que vous nous appuierez dans nos efforts pour encourager la ministre à présenter ce projet de loi dès que possible.

M. R. Ellis: Nous ferons certainement tout notre possible.

Le président: Parlez à Peter Peterson, je suis persuadé qu'il vous aidera. Je vous remercie tous les deux.

Nous allons maintenant entendre les représentants de la First Choice Canadian Communications Corporation. Monsieur Klinkhammer, on va nous faire une leçon de choses aujourd'hui?

M. Fred Klinkhammer (président et directeur général, First Choice Canadian Communications Corporation): Une petite leçon.

Le président: Très bien. Nous vous souhaitons la bienvenue. Voulez-vous présenter vos collaborateurs? Je pense que vous connaissez très bien la procédure. Vous avez la parole.

M. Klinkhammer: Merci, monsieur le président. Je suis accompagné de Wendy Bernfeld, directrice des affaires commerciales et Paul Gratton, directeur de la programmation.

Je vous remercie de nous avoir invités à comparaître. Nous avons déjà pris connaissance de vos recommandations découlant de la première phase de vos audiences. Comme le temps nous est compté, nous allons limiter nos commentaires à deux questions: d'abord, le contenu canadien et deuxièmement, quelque chose qui représente une menace à tout le système, c'est-à-dire la télédiffusion directe par satellite. Ou peut-être n'est-elle pas une menace après tout.

Parlons d'abord du contenu canadien. Nous approuvons les recommandations du groupe de travail en faveur de fixer les exigences en matière de contenu canadien pour la télévision à péage à un niveau réaliste et approprié en fonction des taux d'abonnement et de l'expansion des systèmes. Puisque *First Choice* ne peut pas produire des émissions, notre seule façon de stimuler le système est par la participation au capital, les droits de diffusion et des contrats de préachat auprès des réalisateurs. Grâce à cette action, de nombreux projets finissent par se réaliser.

De plus, nous estimons avoir une obligation unique d'encourager les créateurs, ce que nous avons fait par la création d'une fondation pour les dramaturges (*Foundation to Underwrite New Drama*), c'est-à-dire le

[Text]

provided the all-important seed money to no fewer than 160 new feature-length productions. The task force observed in its report that conditions of licence must be designed to ensure the exhibition of most Canadian feature films being produced. By implication, this suggests that is not the case today.

So that there is no misconception, First Choice has a voracious appetite for Canadian films, and all new Canadian feature films have been and continue to be exhibited on First Choice provided they meet the standards and practices. Fewer repeats have led to higher subscriber satisfaction, and this, along with creative packaging and price adjustments, has allowed us to double subscribers and automatically double the payment to the individual Canadian producer for his movies in the past two years.

Let us turn now to direct broadcast satellite. This is the reception of any satellite signal direct to your home or mine or anyone else's or through an SMATV system on an apartment building. Government policies have said much about fostering a level playing-field for all broadcast players, whether they be cable, broadcast, pay television, or an SMATV operator. Yet the system as it exists today allows services to be effectively stolen by a variety of forms. Foreign services such as HBO currently enter our country by way of unauthorized tampered or cloned decoder boxes. I have one here. I will be pleased to demonstrate it for you. This box was authorized 20 minutes ago to receive HBO. I paid \$500 for the box two months ago. When we authorized it this afternoon to receive HBO via a 1-800 number that connected us directly to the United States, it automatically de-authorized itself to receive First Choice. This single box could be used to service a single subscriber, but in Canada today it is much more likely to be used to service a 600- or 700-suite apartment building at Yonge and Davisville here in Toronto or on Sherbrooke Street in Montreal.

Since our last appearance before you, First Choice took steps to scramble its signal through this very same technology. Aside from offering greater protection to us, scrambling has offered new marketing potential. Today, virtually every dwelling unit in eastern Canada has legitimate access to the First Choice service, whether their dwelling unit is served by cable or is not served by cable. Further, even though we have scrambled this signal we are still not immune from the inventive and unscrupulous acts of tampering with this technology. However, if I was operating in the United States then there would be legislative and policy amendments to the Copyright Act, the Broadcasting Act, and the Radio Act to prevent that kind of tampering.

[Translation]

FUND, groupe financé à titre indépendant. En existence depuis un an seulement, cette fondation a donné le coup d'envoi à 160 longs métrages. Dans son rapport, le groupe de travail a préconisé que les conditions de licence assurent la diffusion de la plupart des longs métrages canadiens et laisse entendre que ce n'est pas la pratique actuelle.

Précisons donc tout de suite que *First Choice* a un appétit vorace de films canadiens et que tous les nouveaux longs métrages canadiens sont diffusés par notre chaîne dans la mesure où ils répondent à nos normes et critères. La diminution du nombre de reprises a été bien accueillie par les abonnés et grâce à cette mesure, à nos programmes variés et à nos dosages de prix, nous avons pu doubler le nombre d'abonnés et ainsi doubler le droit de diffusion versé aux réalisateurs canadiens pour ses films au cours des deux dernières années.

Je passe maintenant à la télédiffusion directe par satellite. Il s'agit de la réception directe d'un signal de satellite chez soi ou par un système SMATV dans une tour d'habitation. La politique officielle parle beaucoup de créer les mêmes règles du jeu pour tous les intervenants, qu'il s'agisse de la câblodistribution, la télédiffusion conventionnelle, la télévision à péage ou un exploitant SMATV. Pourtant, le système actuel permet diverses formes de piratage de services. Des services étrangers comme HBO sont actuellement captés au Canada par des décodeurs contrefaits ou modifiés sans autorisation. J'en ai un ici. Je vais vous faire une démonstration tout à l'heure. Ce décodeur a été autorisé il y a vingt minutes pour le service HBO. J'ai payé ce décodeur 500\$ il y a deux mois. Quand nous avons obtenu l'autorisation cet après-midi de capter le service HBO en composant un numéro 1-800 pour téléphoner directement aux États-Unis, la possibilité de capter *First Choice* a été automatiquement supprimée. Ce seul dispositif pourrait servir un seul abonné, mais dans la situation actuelle au Canada il est bien plus probable qu'il serve une tour d'habitation de 600 ou 700 appartements ici à l'angle des rues Yonge et Davisville à Toronto, ou rue Sherbrooke à Montréal.

Depuis notre dernière comparution devant votre Comité, *First Choice* a fait en sorte de brouiller son signal en utilisant la même technologie. En plus de nous assurer une plus grande protection, le chiffage offre de nouvelles possibilités de commercialisation. Aujourd'hui, presque tous les logements dans l'est du Canada peuvent avoir accès aux services de *First Choice*, qu'ils aient le câble ou non. Mais même si nous avons chiffré le signal, nous ne sommes pas à l'abri d'une utilisation malhonnête et inventive de la technologie. Mais aux États-Unis, ce genre de pratique est interdite par les lois sur le droit d'auteur, la radiodiffusion et la radio.

[Texte]

[Traduction]

• 1545

We have made such recommendations to this government and past governments. We have as yet been unable to convince you just how significant a problem this is. We thank you again for your recommendations in your early report to the Radio Act, but would suggest that you revisit them and look for a mechanism to pursue the manufacturers of illegal devices that, similar to this, would authorize the same apartment building.

We have done our part; we have put the scrambling system in place. It is the same technology used south of the border. We have effectively locked the front door to the jewellery store and the gems belong to the Canadian production community. What we need from you and the legislatures is a law that says breaking the glass and stealing the gems is wrong. If I were sitting here suggesting that this was not an electronic gizmo to steal my signal and the producer's copyright, but was rather a gizmo that you use in conjunction with a credit card to take money from the producer's bank account, I am sure my case could be made much more passionately.

Finally, on one final note, we think a nation's cultural identity is mirrored through its dramatic feature production. If one accepts this and notes that the task force noted that feature-length drama in this country is the most underrepresented category of Canadian programming, then we urge this committee to continue to press for the recommended legislative and policy reforms necessary to protect our Canadian production and cultural goals. Surely a Canadian copyright holder should be afforded no less legislative and policy protection in his own country than he is in the United States or any other foreign country.

Thank you for your time. My colleagues and I would be pleased to answer any questions you may have.

M. Blackburn (Jonquière): Malheureusement, je n'ai pas compris tous les détails de votre exposé, étant donné que nos traducteurs n'avaient pas le document nécessaire pour le traduire simultanément. Je pense tout de même avoir une idée générale du sens de votre mémoire. Vous avez parlé entre autres de cette boîte que les gens peuvent se procurer pour pirater vos émissions, évitant ainsi de payer le tarif mensuel de la télé payante.

Avez-vous évalué la proportion de gens qui piratent le système de cette façon?

Mr. Klinkhammer: It has been suggested by a number of people that there are as many as 30,000 of these units in eastern Canada in operation today. The existence of the unit does not, however, suggest it represents a single incidence of theft; if it used to serve the 600-suite apartment building, a single unit is in fact providing 600 units of theft. It is theft not only from us, but also from the production community, which automatically receives 20% of my company's gross income.

Nous avons fait des recommandations dans ce sens au gouvernement actuel et antérieur. Jusqu'ici nous ne sommes pas parvenus à vous convaincre de la gravité du problème. Nous vous remercions encore de vos recommandations dans votre premier rapport sur la Loi sur la radiodiffusion mais nous vous suggérons de les revoir en cherchant une disposition permettant de poursuivre les fabricants de ce genre de dispositifs non autorisés pouvant servir toute une tour d'habitation.

Nous avons fait notre part en mettant en place un système de cryptage. On utilise la même technologie aux États-Unis. Ainsi nous avons fermé à clé la bijouterie et les bijoux appartiennent aux réalisateurs canadiens. Il nous faut de la part des législateurs une loi disant qu'il est illégal de casser la vitrine et de voler les bijoux. Si au lieu d'être un dispositif électronique pour voler mon signal et le droit d'auteur du réalisateur, il s'agissait plutôt d'un truc à utiliser avec une carte de crédit pour prendre de l'argent dans le compte en banque du réalisateur, je suis sûr que l'on le prendrait beaucoup plus au sérieux.

En conclusion, nous signalons que l'identité culturelle d'un pays se reflète dans ses émissions dramatiques. Compte tenu de ce principe et le fait remarqué par le groupe de travail, c'est-à-dire que c'est la catégorie de programmation canadienne la moins bien représentée, nous recommandons vivement que le Comité prône les réformes législatives et politiques nécessaires afin de protéger la production canadienne et nos objectifs culturels. Il nous semble évident que le détenteur du droit d'auteur au Canada doit recevoir au moins la même protection législative dans son propre pays qu'aux États-Unis ou dans un autre pays étranger.

Je vous remercie de votre temps. Nous serons heureux de répondre à vos questions.

Mr. Blackburn (Jonquière): Unfortunately, I did not understand all the details of your presentation since our interpreters did not have the text to provide a simultaneous translation. I think that I did get the general drift of your brief. One of the things you referred to was the box that people could use to steal your service, in other words without paying the monthly subscription rate.

Have you attempted to calculate the number of people who steal the service in this way?

M. Klinkhammer: Certains disent qu'il peut y avoir jusqu'à 30,000 de ces dispositifs qui fonctionnent aujourd'hui dans l'Est du Canada. Mais chaque dispositif ne se limite pas à un seul cas de piratage car un seul dispositif peut servir une tour d'habitation de 600 appartements, ce qui correspond au nombre d'actes de vol. Nous ne sommes pas les seuls à en pâtir, il y a aussi les réalisateurs qui reçoivent automatiquement 20 p. 100 des recettes brutes de mon entreprise.

[Text]

M. Blackburn (Jonquière): Autant que je sache, la loi interdit ce genre de chose. Lorsque vous prenez des personnes en défaut, que faites-vous?

Mr. Klinkhammer: We have learned time and time again that under Canadian legislation and Canadian policy, it is not an offence. Our Copyright Act predates the arrival of television, never mind pay television. There is no provision within the Copyright Act to deal with this in terms of my moving civilly against him as the copyright holder, or together with the producer against the individual as the copyright holder. The Radio Act in Canada does not have the mirror legislation existing south of the border that would permit us to bring a private right of action against either the individual or the individual serving the 600-suite apartment building.

• 1550

M. Blackburn (Jonquière): Pourquoi avez-vous opté pour le système Videocipher pour brouiller vos signaux plutôt que pour le système OAK Orion utilisé par la compagnie Cancom Satellite?

Mr. Klinkhammer: That is correct. The video cipher technology is a brand name, which was originally developed for the United States military. It is currently operated and owned by a company known as General Instrument Corporation in the United States. The technology is used throughout the world.

M. Blackburn (Jonquière): Vous dites que c'est une technique qui est utilisée dans le monde entier présentement?

Mr. Klinkhammer: Perhaps I should revise it. To my knowledge it is not used in communist China.

M. Blackburn (Jonquière): First Choice a-t-il une entente avec les câblodistributeurs? Quelles relations d'affaires entretenez-vous avec eux?

Mr. Klinkhammer: By condition of our license issued by the CRTC, we have an affiliation agreement with each individual operator in the cable community who also holds a licence. A copy of the affiliation agreement must be filed with the CRTC along with a request by the cable operator to begin distributing our service.

If you are an individual householder, you merely dial a 1-800 number, assuming you have one of these boxes from which to purchase our service legally. From our own offices we can authorize the box anywhere in eastern Canada by satellite. If you are a SMATV operator, it is like being a small cable operator except that you are serving a legitimate apartment building.

If you meet CRTC exemption criteria, you can make the same phone call and we will mail an affiliation agreement to you. Upon executing it and returning it to us, you become our customer as well. There are three methods to deal with us.

[Translation]

Mr. Blackburn (Jonquière): As far as I know, such practices are illegal. What do you do when you catch someone in the act?

M. Klinkhammer: Nous avons appris à maintes reprises que d'après la loi et la politique canadiennes ce n'est pas une infraction. Notre Loi sur le droit d'auteur précède l'époque de la télévision, sans parler de la télévision à péage. Le détenteur du droit d'auteur, individuellement ou avec le réalisateur, n'a pas la possibilité d'entamer des poursuites civiles dans ce genre de circonstance. Au Canada la Loi sur la radio n'a pas de disposition comme aux États-Unis permettant de poursuivre en justice le pirate individuel ou celui qui capte frauduleusement le service pour une tour de 600 appartements.

Mr. Blackburn (Jonquière): Why did you opt for the Videocipher system to jam your signals rather than the OAK Orion system used by the Cancom Satellite Company?

M. Klinkhammer: C'est exact. Le système «video cipher» est un nom de marque, au début il avait été mis au point pour l'armée américaine. Il appartient actuellement à une société américaine qui s'appelle la *General Instrument Corporation*. Cette technologie est utilisée partout dans le monde.

Mr. Blackburn (Jonquière): You say that it is being used throughout the world?

M. Klinkhammer: Permettez-moi une rectification. À ma connaissance elle n'est pas utilisée en Chine communiste.

Mr. Blackburn (Jonquière): Does First Choice have an agreement with cable operators? What are your business relations with them?

M. Klinkhammer: Conformément à notre licence délivrée par le CRTC nous avons un accord d'affiliation avec chaque câblodistributeur qui détient aussi une licence. Un exemplaire de cette entente d'affiliation doit être déposé auprès du CRTC accompagné de la demande du câblodistributeur de commencer la distribution de notre service.

Dans le cas d'un abonné individuel, il suffit de composer un numéro 1-800 si vous avez un de ces décodeurs permettant de capter notre service légalement. À partir de nos bureaux nous pouvons autoriser l'utilisation du décodeur par satellite n'importe où dans l'est du Canada. Quant au système d'antennes communes, cela ressemble à la câblodistribution sur une échelle réduite, le service étant limité à une tour d'habitation.

Si l'on remplit les critères d'exemption établis par le CRTC, on peut nous téléphoner pour obtenir un accord d'affiliation. En signant cet accord, on peut devenir aussi client de *First Choice*. Il y a donc trois possibilités.

|Texte|

|Traduction|

• 1555

M. Blackburn (Jonquière): Vous souhaitez qu'il y ait des modifications législatives pour interdire la copie ou la possession de ces boîtes. Pouvez-vous me donner les grandes lignes de ce que vous souhaitez comme modifications?

Ms Bernfeld: If it is of some assistance, we detailed the specific recommendations in our filed brief dated March 1987. Just in summary, we are looking for changes to the Broadcasting Act, some of which you adopted in your first report, such as the definitions of "broadcasting" and "broadcast undertaking". We are looking for the change to the Radio Act Mr. Klinkhammer mentioned, which was also picked up on the first report, with a modification to allow for going after manufacturers and dealers in addition to just service suppliers.

We would also ask for amendments, naturally, to the Copyright Act in a variety of sections. If you would like me to be more specific, we could expand on that.

Mr. Klinkhammer: Along with the amendment in the Radio Act to go after the manufacturer of an illegal box, we are effectively also asking for mirror-image legislation, similar to the amendments made in the United States to their radio act, which gave a private right of prosecution, so the individual police departments were not tied up pursuing and attempting to investigate something that deals in a high-technology area. It virtually stopped the illegal reception of HBO on boxes made after a certain date. We use the more secure of the two boxes, and we have a continuing and ongoing problem in Canada with boxes being shipped across the border pre-authorized.

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie pour ces précisions.

Mr. Pennock: I really am having difficulty today with rationalizing what I consider to be the rhetoric you have just presented versus the practice of your company. I may have not the words down exactly, so forgive me, but I would like to come up with three quotations from your presentation to the committee. You referred to the copyright in such terms as "breaking glass and stealing gems are wrong", "the Canadian copyright holder should be afforded no less protection", and that your concern is with that of the producers. How can you make those kinds of statements when we have a copyright law, we have the leaders on VCRs that say these tapes are not for copying, in both official languages, and your company actually suggests on the air that now is the time to take a break and go set your VCR so you can tape the upcoming movie? How can you justify that to this committee?

Mr. Blackburn (Jonquière): You wish for legislative changes that would make the cloning or possession of those boxes illegal. Could you give me an idea of the changes you would like to see?

Mme Bernfeld: Si cela peut vous être utile, nous avons présenté des recommandations précises et détaillées dans notre mémoire en date de mars 1987 qui a été déposé devant le Comité. En quelques mots, nous recommandons des modifications à la Loi sur la radiodiffusion, certaines que vous recommandez d'ailleurs vous-mêmes dans votre premier rapport, par exemple la définition de radio et de télédiffusion, celle de télédiffuseurs. Nous demandons également des modifications à la Loi sur la radio, comme l'a mentionné M. Klinkhammer, et que vous avez également suggérées dans votre premier rapport, notamment une modification qui nous permettrait d'intenter des poursuites non seulement contre les fournisseurs des services, mais aussi contre les fabricants et distributeurs.

Bien entendu, nous demandons également des modifications de diverses dispositions de la Loi sur les droits d'auteur. Nous pouvons être plus précis si vous le désirez.

M. Klinkhammer: Outre la modification à la Loi sur la radio qui nous permettrait d'intenter des poursuites contre le fabricant d'une boîte illégale, nous demandons également des modifications semblables à celles qui ont été apportées à la Loi sur la radio aux États-Unis et qui donnent à un particulier le droit d'intenter des poursuites à titre privé, ce qui décharge la police qui n'est plus obligée de faire des enquêtes dans des domaines extrêmement techniques. Cela a pratiquement mis fin à la réception illégale de la chaîne HBO sur les boîtes fabriquées à partir d'une certaine date. Nous utilisons la plus sûre des deux boîtes, et nous continuons d'avoir des problèmes au Canada avec les boîtes qui arrivent pré-autorisées des États-Unis.

Mr. Blackburn (Jonquière): I thank you very much for these explanations.

M. Pennock: J'ai vraiment beaucoup de difficultés à concilier la rhétorique que je viens d'entendre avec ce que je sais de vos pratiques. Vous voudrez bien me pardonner si les mots ne sont pas tout à fait exacts, mais je voudrais citer trois extraits de votre exposé. Vous dites en parlant des droits d'auteur qu'il est «immoral de casser la vitrine pour voler les bijoux», que «le détenteur canadien des droits d'auteur ne devrait pas être moins protégé», et que c'est la situation des producteurs qui vous inquiète. Comment pouvez-vous dire ces choses alors que nous avons une loi pour protéger les droits d'auteur, qu'il est bien dit sur chaque bande magnétoscopique, dans les deux langues officielles, que les bandes ne doivent pas être utilisées pour faire des copies, et que pendant ce temps, votre compagnie suggère à ses clients de profiter de la pause pour préparer leur magnétoscope pour enregistrer le film? Comment pouvez-vous justifier cela?

[Text]

Mr. Klinkhammer: Mr. Pennock, I can justify it on the basis that in the United States it is perfectly legal to do so. There have been higher court decisions that have proven this on more than two separate occasions. In Canada, you and I do not share the same view of the interpretation of the existing Copyright Act. Thirdly, we do not make an argument or suggest to anyone that they take it for the creation of a permanent library. We make a promotional statement on air and in some of our promotional advertising that people take advantage of a 4 a.m. time slot in the middle of the night to time-shift certain programming to a more convenient time for them. This recognizes the fact that the majority of the community works during the day and is able to watch television during the evening. There are those of us, however, who work shift work beginning at 11 p.m. and finishing at 3 a.m. or 7 a.m. This permits those people to preset that VCR and obtain the programming they want at a time that is more convenient for them to view. We do not encourage them to keep that tape, but rather put it back in the same machine the next night and record over top of it.

• 1600

Mr. Pennock: I think you are fooling yourself if you think that is not what is going to happen. I do not know how you can say these cases have been won in the United States. This is Canada, and as far as I am concerned, until we change the law here we have to live up to Canadian law and Canadian law says that you do not. Now, what in fact happens in practice? You and I both know that probably in practice... well, it is done. There is no question about that. But what I find difficult is that someone uses public airways to suggest that someone copy something that is virtually illegal to copy. And I know the producers share the opinion that those films should not be copied or your recommendations should not be used. The times shift... copy movies for time-shifting.

Mr. Klinkhammer: Mr. Pennock, since the time we have been doing this, we have made it well known to each Canadian producer we deal with that we in fact encourage time-shifting. We have recently renegotiated almost all of our major U.S. supply deals and in each of those deals there has been no prohibition inserted to prevent it. These people are aware it is happening and to my knowledge no one is complaining.

Mr. Pennock: Can I just shift then—do you get the pun—to what extent you will be showing productions made with the support of the Feature Film Fund?

Mr. Klinkhammer: We show almost all feature films that meet with the support of the Feature Film Fund. We dearly wish, like other broadcasters, we were able to trigger both the Feature Film Fund and the Broadcast Fund.

[Translation]

M. Klinkhammer: Monsieur Pennock, je peux le justifier parce que c'est parfaitement légal aux États-Unis. Les cours supérieures l'ont jugé ainsi à plus de deux reprises. Au Canada, vous et moi n'interprétons pas de la même façon la Loi sur les droits d'auteur. Troisièmement, nous ne suggérons pas aux téléspectateurs d'enregistrer les films pour se constituer une cinémathèque. Dans notre publicité sur les ondes et ailleurs, nous suggérons aux gens qu'ils profitent du passage d'un film à 4 heures du matin pour l'enregistrer et le regarder à leur convenance. Nous reconnaissons ainsi que la majorité des gens travaillent pendant la journée et que c'est en soirée qu'ils peuvent regarder la télévision. Cependant, certains sont en travail posté et commencent à 23 heures pour terminer à 3 heures ou à 7 heures. Ils peuvent alors programmer leur magnétoscope et regarder l'enregistrement quand cela leur convient. Nous ne les encourageons pas à conserver l'enregistrement mais plutôt à réenregistrer par-dessus le lendemain.

M. Pennock: Vous vous leurrez si vous pensez que cela ne se produira pas. Je ne sais pas comment vous pouvez dire que ces décisions ont été rendues aux États-Unis. Nous sommes ici au Canada, et en ce qui me concerne, tant que la loi n'aura pas été modifiée, nous devons respecter la loi canadienne et sous le régime de la loi canadienne, ce genre de pratique est interdite. Que se passe-t-il en réalité? Nous savons très bien tous les deux qu'en pratique... Eh bien, cela se fait. Ça ne fait aucun doute. Mais j'accepte mal que l'on se serve des ondes pour suggérer de faire des copies illégales. Et je sais que les producteurs pensent comme moi que ces films ne devraient pas être enregistrés et que vos recommandations ne devraient pas être acceptées. Changer l'horaire... Enregistrer des films pour modifier l'horaire.

M. Klinkhammer: Monsieur Pennock, depuis que nous avons commencé cette pratique, nous avons toujours dit clairement aux producteurs canadiens avec lesquels nous faisons affaire que nous encourageons ce remaniement des horaires. Nous avons récemment renouvelé nos ententes avec la majorité de nos fournisseurs américains et aucun d'entre eux n'a demandé à insérer une clause d'interdiction. Ils savent donc que cela se fait et, à ma connaissance, personne ne s'en plaint.

M. Pennock: Pour changer maintenant de sujet, puis-je vous demander dans quelle mesure vous entendez présenter des productions réalisées avec l'aide du Fonds de financement des longs métrages canadiens?

M. Klinkhammer: Nous montrons presque tous les longs métrages qui ont été financés par le Fonds. Comme d'autres télédiffuseurs, nous souhaitons pouvoir utiliser à la fois le Fonds des longs métrages et le Fonds de développement des émissions canadiennes.

[Texte]

Mr. Pennock: Are you involved monetarily in any way in helping produce some of these films?

Mr. Klinkhammer: Yes, sir, we are. We take and hold precommitment licence fees on many of them. We take and hold equity investments in others. And in some cases we take and hold both an equity investment and a licence fee. I think we have an excellent track record in this area.

Mr. Pennock: A final question. Has the CBC changed its policy on allowing productions, at least in principle, to be shown on pay TV before it goes public? What are your thoughts on that in general, so I can wrap it all up in one?

Mr. Klinkhammer: Mr. Pennock, I do not wish to speak for the CBC, but I believe they have not changed that policy and that at this time, if they trigger the Broadcast Fund on behalf of a producer, one of the conditions in so doing is that it will not be exhibited on pay television.

Ms McDonald: Why did First Choice opt for the videocipher scrambling technology rather than the OAK Orion system, Cancom, and what are the implications of this technological choice?

Mr. Klinkhammer: The OAK Orion system was an earlier system. There was also a competing system to it called Videocipher I, or just plain Videocipher. Videocipher II is essentially a new technology. Even the president of Cancom has acknowledged to me that he believes it is a superior product, far more secure, less easy to be tampered with, and above all provides for the future in terms of permitting a maximum number of services to be handled in a single descrambler.

Ms McDonald: Is your service available to individual dish owners?

Mr. Klinkhammer: Yes, it already is and we have customers on an individual basis. Our retail rate is \$12.95.

Ms McDonald: And who markets it?

Mr. Klinkhammer: We market the service directly ourselves. We permit any dish operator to market it and we permit any cable operator to market it for us. We do not insist on any exclusive rights whatsoever.

Ms McDonald: What discussions have you had with Cancom about selling your service? And do you share their view that they need a movie service in their direct-to-home package?

Mr. Klinkhammer: We certainly do share their view that they need a movie service. We have been actively negotiating with them for some two years now in an effort to add the movie service to the package. We have spent many long and hard hours at that. We are convinced the movie service should be added as part of the service and not as an extra at a retail price which is equivalent to the cost of the core service. It should be a single price. If we are so important to their package, it should be part of the package and not sitting outside the package.

[Traduction]

M. Pennock: Participez-vous de quelque manière que ce soit au financement de ces films?

M. Klinkhammer: Oui, monsieur. Souvent, nous prenons des engagements anticipés sur les redevances. Parfois nous prenons des titres de participation. Dans certains cas, nous faisons les deux à la fois. Je crois que dans ce domaine, nous n'avons rien à nous reprocher.

M. Pennock: Une dernière question. La Société Radio-Canada a-t-elle modifié sa politique permettant, du moins en principe, de montrer les productions à la télévision payante avant qu'elles ne passent sur les ondes publiques? Et pour faire d'une pierre deux coups, qu'en pensez-vous?

M. Klinkhammer: Monsieur Pennock, je ne peux pas parler pour la Société Radio-Canada, mais je ne crois pas que sa politique ait changé et actuellement si un producteur reçoit une aide du Fonds de développement des émissions canadiennes, il s'engage à ne pas vendre son produit à la télévision payante.

Mme McDonald: Pourquoi *First Choice* a-t-elle préféré le *Videocipher* au système OAK Orion de Cancom, et que veut dire ce choix technique pour l'avenir?

M. Klinkhammer: Le système OAK Orion est plus ancien. Il y avait un système concurrent, le *Videocipher I*, ou tout simplement *Videocipher*. Le *Videocipher II* emploie une technique nouvelle. Le président de Cancom lui-même a reconnu devant moi qu'il est meilleur, beaucoup plus sûr, beaucoup plus difficile à altérer, et surtout qu'il laisse prévoir l'avenir puisqu'il permet de décoder un maximum de services avec un seul décodeur.

Mme McDonald: Les particuliers qui ont une antenne parabolique peuvent-ils recevoir votre service?

M. Klinkhammer: Oui, nous avons parmi nos clients des particuliers. Nous détaillons à 12,95\$.

Mme McDonald: Et qui assure la vente?

M. Klinkhammer: Nous l'assurons nous-mêmes. Nous permettons également aux exploitants d'antenne parabolique de vendre le service, ainsi qu'aux câblodistributeurs. Nous ne nous réservons absolument pas de droits exclusifs.

Mme McDonald: Avez-vous discuté avec Cancom de la possibilité de vendre votre service? Et estimez-vous comme eux qu'il leur faut des films dans leur service de radiodiffusion directe?

M. Klinkhammer: Nous sommes certainement de cet avis. Nous négocions activement avec Cancom depuis près de deux ans maintenant pour inclure les films dans leur service. Nous y avons mis beaucoup de temps et d'efforts. Nous sommes convaincus que le service cinématographique devrait faire partie intégrante du service et non pas être offert contre un supplément d'une valeur équivalant au coût du service de base. Il doit y avoir un prix unique. Si le service est si important pour eux, ils devraient l'intégrer au service de base, et non pas l'offrir en supplément.

|Text|

|Translation|

• 1605

Ms McDonald: Is that still a matter of negotiation?

Mr. Klinkhammer: Yes, it is. It goes on constantly.

Ms McDonald: On relations with the cable companies, in your view are you carried by enough systems? What about the contractual basis? Do you have complaints?

Mr. Klinkhammer: We are carried by almost all English-speaking cable operators in our licensed territory. We think it is commendable on their part and is a result of some excellent marketing on our part. The nature of our contracts with them are frequently aired in various meetings, but we are generally satisfied with our relationship with the cable community, particularly those who have demonstrated their willingness to aggressively market the service. In eastern Canada we have systems with 40% of the homes available to them purchasing our service. We also have cable systems—

Ms McDonald: What would be the other end?

Mr. Klinkhammer: It is 5%. We think the difference is the willingness to market and price effectively versus a desire to make as much money from each individual subscriber as they possibly can.

Ms McDonald: What are the implications of the three-tier structure now being experimented with in a number of systems?

Mr. Klinkhammer: Ms McDonald, we filed an extensive brief with the CRTC and with this committee on our concerns about the three-tier structure. We believe it would be disastrous not only for our service, but also for any new services which might come along such as a family service or future movie services which might compete with us. It essentially tells the subscriber he must purchase something else before he can purchase our service. It denies choice to the subscriber.

Mr. Caldwell: I am sure you must have done surveys of viewers. What is the best area of Canada for First Choice? Where is the saturation the highest? I do not mean in numbers, but in proportion to population.

Mr. Klinkhammer: It would have to be northern Ontario.

Mr. Caldwell: Where is the worst?

Mr. Klinkhammer: The worst would probably be French-speaking Quebec, where our sister service has priority carriage and is obviously dominant. If you are a francophone, you would choose to have the French language service.

Mr. Caldwell: Do you have any idea of the average income of your viewers?

Mr. Klinkhammer: Yes, it is \$35,000 a year.

Mr. Caldwell: Is that the highest proportion?

Mr. Klinkhammer: It is the mean average.

Mme McDonald: Est-ce que vous négociez encore là-dessus?

M. Klinkhammer: Oui, nous n'avons pas cessé.

Mme McDonald: Du côté des câblodistributeurs, estimez-vous qu'un nombre suffisant d'entre eux offrent votre canal? Et les contrats? Avez-vous à vous plaindre?

M. Klinkhammer: Presque tous les câblodistributeurs de langue anglaise dans notre territoire de licence offrent notre canal. Cela nous paraît louable de leur part et cela montre que notre commercialisation est excellente. Quant aux modalités contractuelles, il en est souvent question lors de nos réunions, mais généralement nous sommes satisfaits de nos rapports avec les câblodistributeurs, et particulièrement ceux parmi eux qui ont commercialisé notre service avec dynamisme. Dans l'est du pays, sur le territoire de certains câblodistributeurs, 40 p. 100 des foyers desservis sont abonnés à notre canal. Nous avons aussi des câblodistributeurs. . .

Mme McDonald: Et à l'autre bout?

M. Klinkhammer: C'est 5 p. 100. La différence, selon nous, tient à ce que les uns sont prêts à adapter le produit et le prix au marché et les autres cherchent à soutirer le plus possible à leurs abonnés.

Mme McDonald: Quels effets aura la structure à trois volets actuellement à l'essai chez certains câblodistributeurs?

M. Klinkhammer: Madame McDonald, nous avons déposé un long mémoire devant le CRTC et devant votre Comité sur notre position à cet égard. Nous jugeons que la structure serait désastreuse non seulement pour notre service, mais pour tout nouveau service que l'on pourrait envisager à l'avenir, comme un canal familial, ou un canal de cinéma qui voudrait nous faire concurrence. Cela oblige l'abonné à faire un certain achat avant de pouvoir obtenir le service qu'il désire. Il n'a plus le choix.

M. Caldwell: Vous devez certainement avoir fait des sondages auprès des téléspectateurs. Quelle est la meilleure région du pays pour *First Choice*? Où les abonnés sont-ils les plus nombreux? Je ne veux pas dire en chiffres absolus, mais proportionnellement.

M. Klinkhammer: C'est dans le nord de l'Ontario.

M. Caldwell: Et la proportion la plus faible?

M. Klinkhammer: Probablement dans le Québec francophone où le service parallèle francophone a priorité et bien entendu est dominant. Si vous étiez francophone, vous choisiriez le service en français.

M. Caldwell: Avez-vous une idée du revenu moyen de vos abonnés?

M. Klinkhammer: Oui, 35,000\$ par an.

M. Caldwell: Est-ce la majorité?

M. Klinkhammer: C'est une moyenne.

[Texte]

Mr. Caldwell: Mr. Klinkhammer, you said the box has been authorized to receive HBO. What do you mean by authorized to receive HBO? I am not up on this stuff so you are going to have explain.

Mr. Klinkhammer: This box can be purchased in many countries today.

Mr. Caldwell: Where did you buy the box?

Mr. Klinkhammer: We bought it in metropolitan Toronto. It is perfectly legal to buy this box and you need it to receive our service if you are purchasing it directly from us and not from a cable company. If you are a cable company, you need just one of these to provide service to all your subscribers.

Mr. Caldwell: Is it authorized to receive HBO and your channel?

Mr. Klinkhammer: This credit card, box and phone number. . . For your own interest I would like you to dial it when we leave here today. Dial 1-(716)-875-8246. When you dial that number it will ring once or twice in Buffalo, New York, in the back room of an SMATV operator. It will then automatically switch through an electronic device to a dial tone on AT&T's 800 number service in the United States, and you will then dial 1-800 HBO DISH. You will give them your Canadian credit card number, which they can detect as a Canadian credit card and which Canadian bank it is issued on. If you give them any phony American address and any phony phone number that is not already in their system, they will press a button and authorize the box within four seconds. They do not hold the copyright for those movies in this country; we do.

• 1610

Mr. Caldwell: Just back up again. They have my credit; they have everything set. How do I get HBO?

Mr. Klinkhammer: You have this attached to your television set and your dish system. You have to have a dish and a receiver and this box, or a combination box-receiver, and a television set. That is the requirement. They send a signal to the satellite, which then comes down to your dish through your receiver to this box, and a circuit opens in this box that says "allow HBO to pass", the same as it would if you were calling our 800 number and authorizing our service.

Mr. Caldwell: I am almost getting into Mrs. Finestone type of questions. Now, I have done all that. Is what I have done legal or illegal?

Mr. Klinkhammer: In this country it is legal. In the United States, for two years it has been illegal.

Mr. Caldwell: Okay. I did it in the States—that was the HBO number—and that is quite all right. Right?

Mr. Klinkhammer: If you happen to have a 600-suite apartment building in this country, it is also legal to do

[Traduction]

M. Caldwell: Monsieur Klinkhammer, vous avez dit que la boîte a été autorisée pour la réception de HBO. Qu'entendez-vous par là? Je ne suis pas très au courant, et il va falloir que vous m'expliquiez.

M. Klinkhammer: On peut acheter cette boîte dans de nombreux pays.

M. Caldwell: Où l'avez-vous achetée?

M. Klinkhammer: A Toronto. Il est parfaitement légal d'acheter la boîte et elle est nécessaire pour la réception de notre canal si vous êtes abonné directement à *First Choice* sans passer par un câblodistributeur. Quant aux câblodistributeurs, une boîte leur suffit pour qu'ils puissent retransmettre le service à tous leurs abonnés.

M. Caldwell: Peut-elle recevoir HBO et votre canal?

M. Klinkhammer: Avec cette carte de crédit, la boîte et un numéro de téléphone. . . Lorsque vous sortirez d'ici aujourd'hui, composez donc le 1-(716)-875-8246. Cela sonnera une ou deux fois à Buffalo, dans l'État de New-York, chez un exploitant d'antennes communes. L'appel est ensuite automatiquement transmis par voie électronique sur une ligne 800 de AT&T aux États-Unis, et vous composerez alors le 1-800 HBO DISH. Vous donnerez le numéro de votre carte de crédit canadienne, que l'on reconnaîtra comme étant canadienne, et la banque émettrice. Si vous donnez ensuite une fausse adresse aux États-Unis et n'importe quel numéro de téléphone fabriqué qui ne soit pas déjà inscrit dans leur registre, on pressera un bouton et la boîte sera prête pour la réception dans les quatre secondes. Mais ce ne sont pas eux qui détiennent des droits d'auteurs sur ces films au Canada, c'est nous.

M. Caldwell: Revenons en arrière. Ils ont ma carte de crédit; tout est prêt. Comment puis-je recevoir HBO?

M. Klinkhammer: La boîte est connectée à votre poste de télévision et à votre antenne parabolique. Il vous faut une antenne parabolique, un récepteur et la boîte, ou un combiné boîte-récepteur et un poste de télévision. C'est essentiel. Le signal est transmis par satellite jusqu'à votre antenne parabolique, puis par le récepteur à la boîte où s'ouvre un circuit permettant le passage des signaux HBO, comme si vous aviez appelé notre ligne 800 pour recevoir notre service.

M. Caldwell: Je commence à poser les mêmes questions que M^{me} Finestone. Maintenant que j'ai fait tout cela, est-ce que je suis dans l'illégalité?

M. Klinkhammer: Au Canada, c'est légal. Aux États-Unis, c'est illégal depuis deux ans.

M. Caldwell: Bon. Je l'ai fait aux États-Unis, puisque c'était un numéro de HBO, et c'est donc acceptable, n'est-ce pas?

M. Klinkhammer: Si vous êtes propriétaire d'un immeuble de 600 appartements au Canada, vous pouvez

[Text]

the same thing and service 600 suites. In the United States it is also—

Mr. Caldwell: What about vice versa? Can somebody do it to you in Buffalo?

Mr. Klinkhammer: No.

Mr. Caldwell: You cannot. Okay. Mr. Klinkhammer, I realize you are supposed to be up to date, but could they not develop some system whereby each month the person would receive a chip they would put into their machine so there would not be this kind of thing and the pirating?

Mr. Klinkhammer: Effectively, that is what they do. What they do each month is they change the code contained inside the chip. That is what we do; that is what HBO does. But if what you have done is manufactured a box that is capable of detecting that signal and changing the code in your chip, it is the same as if you had found a way to change the mag stripe on the back of your credit card so you could take money out of my bank account, or the producer's bank account. It is just that this is a little larger device. This is a much smaller device.

Mr. Caldwell: Of course, coming from the Windsor-Detroit area, I am quite familiar with how IT got put out of business. It did not last very long, and it was basically by Canadian decoders. I am sure it is of concern to you that 30,000 people are getting your signal, did I say illegally—is that what you said—or getting it some way?

Mr. Klinkhammer: I suggested that there were some 30,000 of these devices that were inappropriately authorized, not that there were 30,000 people taking our signal illegally. I think it is much higher than that.

Mr. Caldwell: And growing.

Mr. Klinkhammer: And growing constantly. The second-largest supplier of this equipment in the country told us that he ships 250 a week of these, which we then never see authorized, yet they are shipped into our territory. Nobody is spending \$500 to \$750 for one of these and not getting it authorized.

The Acting Chairman (Mr. Pennock): How much does my card get hit with when I make the phone call?

Mr. Klinkhammer: If you make the phone call to us, it gets hit with \$12.95 Canadian, plus a number of taxes. If you make the call on the 1-800 number I gave you, it will get hit with \$11.95 U.S., with no taxes.

Mrs. Finestone: I am glad you asked almost all my questions. On the other hand, it strikes me that there is not only the question of piracy, but the question of theft from the potential independent fund you have. The more you cut out the payment for your services and the more you lose those services to HBO as a competitor, the less Canadian content and the less profit to your own corporation, which means fewer dollars in the fund. Is that a QED? Is that correct?

[Translation]

aussi faire la même chose et desservir 600 appartements. Aux États-Unis. . .

M. Caldwell: Et l'inverse? Est-ce que quelqu'un peut faire la même chose pour vous à Buffalo?

M. Klinkhammer: Non.

M. Caldwell: Ce n'est pas possible. Bon. Monsieur Klinkhammer, je sais que vous êtes censés être à la pointe, mais ne pourrait-on pas mettre au point un système qui permettrait de changer la puce du récepteur une fois par mois pour empêcher ce piratage?

M. Klinkhammer: C'est en fait ce qu'ils font. Chaque mois, ils changent le code de la puce. C'est ce que nous faisons et c'est ce que fait HBO. Mais si vous fabriquez une boîte capable de détecter le signal et de changer le code de votre puce, c'est comme si vous aviez trouvé le moyen de changer la bande magnétique au dos de votre carte de crédit afin de pouvoir retirer de l'argent de mon compte en banque ou du compte du producteur. Entre les deux, il n'y a qu'une différence de taille.

M. Caldwell: Comme je viens de la région de Windsor—Détroit, je sais comment IT a fait faillite. La compagnie n'a pas duré très longtemps, et elle a essentiellement été mise en faillite par les décodeurs canadiens. Vous devez certainement être inquiets de ce que 30,000 personnes reçoivent votre signal—ai-je dit illégalement, car c'est bien ce que vous avez dit?

M. Klinkhammer: J'ai dit qu'il y avait environ 30,000 de ces boîtes qui n'avaient pas été autorisées comme il se doit, et non pas que 30,000 personnes captaient notre signal de façon illégale. C'est en fait beaucoup plus élevé.

M. Caldwell: Et en augmentation.

M. Klinkhammer: Et en augmentation constante. Le deuxième fournisseur de boîtes au Canada nous a dit qu'il en expédie 250 par semaine à destination de notre territoire et pourtant, nous ne recevons jamais de demande d'autorisation. Personne ne va dépenser entre 500\$ et 750\$ pour acheter une de ces boîtes et ne pas s'en servir.

Le président suppléant (M. Pennock): Combien cela me coûtera-t-il de faire cet appel?

M. Klinkhammer: Si c'est nous que vous appelez, cela vous coûtera 12,95\$ canadiens, plus diverses taxes. Si vous composez le 1-800 que je vous ai donné, cela vous coûtera 11,95\$ américains, sans taxe.

Mme Finestone: Je suis heureuse que vous ayez posé la plupart de mes questions. Il me semble cependant qu'il n'y a pas seulement la question du piratage, mais aussi celle du vol à l'égard du fonds indépendant que vous pourriez avoir. Plus les redevances sur vos services diminuent et plus vous perdez de terrain en faveur de HBO, moins il y a de contenu canadien, moins vous réalisez de bénéfices et par conséquent, moins il y a d'argent dans le fonds. C'est bien cela, n'est-ce pas?

[Texte]

• 1615

Mr. Klinkhammer: I think that is simply it, Mrs. Finestone. I would only add that Revenue Canada is also a victim here, because—

Mrs. Finestone: God, phone Michael Wilson! He will—

Mr. Klinkhammer: —of the taxes that are imposed when the cable company sells our services or when we sell our services.

Mrs. Finestone: Did I understand something else that you said? Did you say that with the intelligence in the microchip in that box, they can not only code in HBO, but they can decode you out?

Mr. Klinkhammer: When we authorized this box today, that is precisely what happened. We were quite startled by it.

Mrs. Finestone: Are you telling me that under the Competition Act of Canada, you cannot take them to court on that, never mind copyright?

Mr. Klinkhammer: We would find it very difficult, under Canadian law, to attack HBO for doing this in any way. They will come to court and say they were given a U.S. address, that they did not knowingly sell into our marketplace.

Mrs. Finestone: I am not talking about selling; I am talking about cutting you off. That, to me, is... Unless I did not understand you...

Mr. Klinkhammer: No. That is what I suggested. When it was authorized for HBO, it de-authorized us. That may be an anomaly, but it is what happened with this box today. We will be testing other boxes. We were startled by it. It is new information to us today. We had never attempted to unlawfully authorize a box prior to today. We did it for the benefit of today's session.

Mrs. Finestone: Would you mind returning the box and not putting the onus on us? I really do think if in actual fact it de-authorizes a product which was sold in good faith by cable companies to their subscribers, it is unlawful. I would suggest that it be pursued not only through you, but through the cable company, because they are—

Mr. Klinkhammer: We will advise legal counsel to pursue the matter tomorrow.

Mrs. Finestone: Whoever should do it, let us do it PDQ. I do not know if we have forgotten to ask you something about this. It comes very new to us, as it came new to you. The fact that you have the illegal decoder, which you now tell me is legal in Canada, is something a number of companies had already told us about when they appeared before us, as we were writing our fifth or sixth report. The fact it is available does not come as new information. We have known about that. I am not quite sure what we are supposed to do about it, but I think we

[Traduction]

M. Klinkhammer: C'est exactement cela, madame Finestone. J'ajouterai seulement que Revenu Canada est également victime, puisque...

Mme Finestone: Mon Dieu, appelez immédiatement Michael Wilson! Il va...

M. Klinkhammer: ... le ministère y perd les redevances que versent les câblodistributeurs lorsqu'ils vendent de nos services, ou que nous payons nous-mêmes.

Mme Finestone: Vous ai-je mal compris? Avez-vous bien dit qu'avec les informations que contient la micropuce, cette boîte permet non seulement de coder en HBO, mais également de décoder vos signaux?

M. Klinkhammer: C'est précisément ce qui est arrivé lorsque nous avons demandé la réception sur cette boîte aujourd'hui. Nous en avons été très étonnés.

Mme Finestone: Et vous voulez dire qu'indépendamment des droits d'auteur, notre Loi sur la concurrence ne vous permet pas d'intenter des poursuites?

M. Klinkhammer: Il nous serait extrêmement difficile sous le régime de la loi canadienne de poursuivre HBO. Devant un tribunal, la compagnie dirait qu'on lui a donné une adresse aux États-Unis et qu'elle n'est donc pas intervenue sur notre marché en connaissance de cause.

Mme Finestone: Je ne voulais pas parler de la vente, mais de l'interruption de vos signaux. Il me semble que c'est... A moins que je vous aie mal compris...

M. Klinkhammer: Non, c'est bien ce que j'ai dit. En permettant la réception de HBO, on nous coupe. C'est peut-être une anomalie, mais c'est ce qui est arrivé aujourd'hui. Nous allons faire l'essai avec d'autres boîtes. Ça nous a vraiment étonnés. Nous avons appris quelque chose aujourd'hui. Nous n'avions jamais jusqu'ici essayé d'obtenir une réception illégale. Nous l'avons fait pour l'audience d'aujourd'hui.

Mme Finestone: Voulez-vous bien rendre cette boîte et ne pas nous rendre responsables? Je crois que si cela empêche effectivement la réception d'un service que des câblodistributeurs ont vendu de bonne foi à leurs abonnés, c'est illégal. J'estime que l'affaire doit être poursuivie, non seulement de votre côté, mais également par les câblodistributeurs car ils...

M. Klinkhammer: Nous instruirons dès demain notre conseiller juridique de poursuivre cette affaire.

Mme Finestone: Il faut que quelqu'un le fasse et vite. Je ne sais pas s'il y a des questions que nous aurions dû vous poser. Tout cela est très nouveau pour nous, comme pour vous. D'autres compagnies qui ont comparu devant le Comité lorsque nous préparions notre cinquième ou notre sixième rapport nous avaient déjà parlé de ce décodeur illégal qui est maintenant légal au Canada, dites-vous. Son existence ne nous était pas inconnue. Nous étions au courant. Je ne sais pas exactement ce que nous sommes censés faire, mais c'est certainement à retenir

[Text]

will certainly make note in terms of broadcast policy. It may be that it falls under trade, I do not know.

Mr. Klinkhammer: The box itself is not illegal.

Mrs. Finestone: But the contents?

Mr. Klinkhammer: It is an illegal box when it is authorized for a service that is not authorized in Canada by the CRTC, or when I have authorized it for a service in Canada that is legal, such as mine, and then use it to resell the service to 600 or 700 apartment suites. In terms of what—

Mrs. Finestone: You are talking about the SMATV.

Mr. Klinkhammer: That is correct. In terms of what this committee might do, you made a recommendation in phase one for amendments to the Radio Act. I suggest you review it again and look at going after the individual who permits the operation of this 1-800 number. It is a Canadian group. I suggest that you also, in that same policy review, examine whether or not it is appropriate for Canadians to have the same right of private action that I would have if I were operating south of the border. Finally I suggest to you that it should be apparent to all of us that a copyright act which dates back to, I believe, 1917—

Mrs. Finestone: Try 1921 or 1926.

Mr. Klinkhammer: It did not even anticipate television and it has long been sitting on the drawing board, coming forward as potential legislation.

Mrs. Finestone: I am sorry you even brought that up, seeing as how I am also doing copyright legislation right now. To do that and the Broadcasting Act is a little bit much. Yes, I am well aware of the fact that we are doing copyright and it is not in there and it is not covered under copyright. If you can do something around industrial design, I will look at that. I doubt it.

• 1620

I would like to ask a question with respect to the equity investment in the licence fees you are investing in products. What percentage of the films shown by your company are Canadian, just to refresh my memory?

Mr. Klinkhammer: As a condition of licence, 30% must be Canadian. I should point out to you that more than 50% of the films we acquire are acquired from Canadian sources. The film itself might be a foreign film but it comes via a Canadian distributor. Therefore the money is spent with Canadians.

Mrs. Finestone: Do you mean we have a Canadian distributor out there?

Mr. Klinkhammer: We have several who appear to be quite thriving these days.

[Translation]

dans l'élaboration de notre politique sur la radiodiffusion. Peut-être que cela relève plutôt du commerce, je ne sais pas.

M. Klinkhammer: La boîte n'est pas illégale.

Mme Finestone: Mais son contenu?

M. Klinkhammer: Elle devient illégale lorsqu'elle sert à recevoir un service qui n'est pas autorisé au Canada par le CRTC ou lorsqu'elle sert à capter un service légalement offert au Canada, comme le nôtre, pour ensuite le revendre à 600 ou 700 foyers. Quant à ce que...

Mme Finestone: Vous voulez parler des antennes communes.

M. Klinkhammer: C'est cela. Quant à ce que le Comité peut faire, vous avez dans votre premier rapport proposé une recommandation d'amendements à la Loi sur la radio. Je vous suggère de la revoir et d'envisager la possibilité de poursuivre ceux qui permettent l'exploitation de cette ligne 1-800. Ce sont des Canadiens. En même temps, je suggère que vous décidiez s'il serait opportun que les Canadiens puissent comme les Américains intenter individuellement des poursuites. Enfin, je vous dirais qu'il est évident pour tout le monde qu'une loi sur les droits d'auteur qui remonte à, si je ne m'abuse, 1917...

Mme Finestone: Essayez plutôt 1921 ou 1926.

M. Klinkhammer: On n'avait même pas prévu la télévision à l'époque et cela fait longtemps qu'on en prépare une nouvelle version.

Mme Finestone: Je regrette que vous en ayez même parlé, puisque je fais également partie du comité qui révisé la Loi sur les droits d'auteur. Et cela et la Loi sur la radiodiffusion, ça fait beaucoup en même temps. Oui, je sais bien que nous revoyons les droits d'auteur en ce moment et que cela n'est pas couvert dans la loi actuelle. Je vais voir si l'on peut faire quelque chose du point de vue de la conception industrielle. J'en doute.

J'ai une question à propos des investissements et des redevances que vous investissez dans les productions. Pour mémoire, dites-moi quel pourcentage de vos films sont canadiens?

M. Klinkhammer: Notre licence exige que nous en passions 30 p. 100. Je vous signale que nous achetons plus de la moitié de nos films à des distributeurs canadiens. Le film est peut-être étranger, mais il passe par un distributeur canadien. Nous achetons donc au Canada.

Mme Finestone: Vous voulez dire qu'il existe un distributeur canadien?

M. Klinkhammer: Il y en a plusieurs qui semblent faire de très bonnes affaires ces temps-ci.

[Texte]

Mrs. Finestone: This is good to know. There are over 50% purchased and over 30% shown.

Mr. Klinkhammer: This is correct.

Mrs. Finestone: You are coming up for a licence renewal next year, are you not?

Mr. Klinkhammer: We are.

Mrs. Finestone: Are you anticipating the question, and what will be your response with respect to Canadian content?

Mr. Klinkhammer: We have been so busy attending sessions such as this and the hearing that took place this year that we have not begun to work on next year's hearing yet.

Mrs. Finestone: Enough said in this regard. As for the problems we are having with Telefilm Canada, have they had any impact on your Canadian content in the light of the fact that you put both equity and licence fees in place?

Mr. Klinkhammer: It certainly has not had an impact on either the amount of money we spend or the amount of films we have shown.

Mrs. Finestone: What will be available to you to fill your Canadian-content obligations to the CRTC and to Canada?

Mr. Klinkhammer: I believe it results in fewer Canadian feature films being made and therefore it means that we will eventually not have those movies to exhibit, nor will CBC nor the private broadcaster.

Mrs. Finestone: This has been our concern. Are you aware of any films that you had undertaken through licence fees that will not be able to be realized at this point? Have you concrete knowledge of some that have not...?

Monsieur Gratton, voulez-vous répondre à cette question, s'il vous plaît?

Mr. Paul Gratton (Director of Programming, First Choice Canadian Communications Corporation): I am aware of a couple of specific projects that have literally fallen apart in the last couple of weeks. I suspect there are numerous others that are being reshuffled, rethought or delayed until Telefilm Canada can get back into business.

Mrs. Finestone: Are the specialty services also hit?

Mr. Gratton: I would think everyone will be hit.

Mrs. Finestone: With respect to the location of the Newton Cable experiment, in essence what does it mean for you if the experiment proves to be successful and the CRTC likes the model? The corollary to it is what would happen in the licensing of new specialty services if we put some that have been linked with you down onto basic and you are left up in the air? I think this is preconditioning the response.

[Traduction]

Mme Finestone: C'est bon à savoir. Plus de 50 p. 100 sont achetés au Canada et plus de 30 p. 100 sont canadiens.

M. Klinkhammer: C'est exact.

Mme Finestone: Vous devez faire renouveler votre licence l'an prochain, n'est-ce pas?

M. Klinkhammer: Oui.

Mme Finestone: Vous attendez-vous à ce que l'on soulève la question du contenu canadien, et que répondrez-vous?

M. Klinkhammer: Nous avons eu tant à faire pour nous préparer pour des audiences comme celle-ci et l'audience de cette année que nous n'avons pas eu le temps encore de travailler à celle de l'an prochain.

Mme Finestone: Assez parlé de cela. Les problèmes que nous connaissons avec Téléfilm Canada ont-ils des répercussions sur le contenu canadien, puisque vous participez au financement tant par l'investissement direct que par le versement des redevances?

M. Klinkhammer: Cela n'a certainement rien changé ni aux sommes que nous dépensons, ni aux sommes que nous investissons, ni aux films que nous montrons.

Mme Finestone: Où trouverez-vous le contenu canadien que vous vous êtes engagés à montrer devant le CRTC et la population canadienne?

M. Klinkhammer: Je crois qu'il y aura moins de longs métrages canadiens et cela veut dire qu'un jour ou l'autre nous n'aurons plus de films à montrer, pas plus que n'en aura la Société Radio-Canada ou un télédiffuseur privé.

Mme Finestone: C'est ce qui nous inquiète. Y a-t-il des films pour lesquels vous vous étiez engagés sur les redevances et qui ne seront pas réalisés? Avez-vous des exemples concrets de films qui n'ont pas...?

Mr. Gratton, would you answer that question, please?

M. Paul Gratton (directeur, First Choice Canadian Communications Corporation): J'ai eu connaissance de quelques projets précis qui sont tombés à l'eau au cours des deux dernières semaines. Je suppose qu'il doit y en avoir beaucoup d'autres qui sont revus, réexaminés ou mis en attente jusqu'à ce que Téléfilm Canada reprenne.

Mme Finestone: Cela touche-t-il également les services spécialisés?

M. Gratton: Je crois que ça touche tout le monde.

Mme Finestone: En ce qui concerne l'endroit où on fait l'essai du câble Newton, que voudrait dire pour vous l'approbation du modèle par le CRTC? Et en corollaire, qu'advierait-il de la licence de nouveaux services spécialisés, si certains qui étaient reliés à votre service devenaient partie intégrante du service de base, et si vous étiez laissés pour compte? Je crois que je vous ai soufflé la réponse.

[Text]

Mr. Klinkhammer: Mrs. Finestone, this is a very difficult question to answer in a short timeframe. We spent five weeks in Ottawa trying to make the case on this issue.

Mrs. Finestone: How about five minutes? If you would prefer to answer in writing, please feel free to do so. If you would just like to make a stab at it, please go ahead.

Mr. Klinkhammer: I would be pleased to provide you a summary in writing afterwards. I also point out to you that the same document we filed with the commission we have filed with the Standing Committee on Communications and Culture. It is some 92 pages long and is crammed with research results and so on.

Let me briefly tell you what we believe to be some of the potential impact. Let me deal not with research but with fact. Newton Cable is not the first cable company to begin—to use your word—experimenting with this type of marketing approach. This is referred to as the negative option marketing approach.

Essentially the subscriber receives a letter telling him how lucky he is that the price of his monthly service charge is about to go up by a modest amount—\$2 in some cases, \$2.50 in others, \$3.25 in others. He is going to get six services in exchange for this modest increase. He is also told that it is dependent upon having everyone in the community work together to achieve this aim. If most people do not take it, his neighbour might be deprived because of the economics involved. Our service is not included among those. When this happens, it means the subscriber effectively has to pay \$3 or \$2.50 or \$2, or whatever that new charge is, in addition to his authorized basic fee before he can purchase my service. It is disastrous. Effectively what has happened is a \$3 price increase has been put through on my service but the production community and I do not share in it. The result is that we lose subscribers. It has happened in every marketplace where this so-called experiment has been undertaken.

• 1625

Mrs. Finestone: On your being “de-listed”, if I could put it that way, if TSN comes down and you stay on specialty, that is not the Newton Cable? Was that what you were referring to?

Mr. Klinkhammer: No, that is effectively a different mechanism. Rather than a negative option, that is a rate-regulated service, whether it be TSN or one of the new specialty services, being allowed to be carried on basic. It is no-choice pay television. The subscriber is told by the regulator that he must now purchase TSN or one of the new specialty services for an incremental charge whether he wants it or not.

[Translation]

M. Klinkhammer: Madame Finestone, il est difficile de répondre en quelques minutes. Nous avons passé cinq semaines à Ottawa à essayer de présenter notre point de vue là-dessus.

Mme Finestone: Pouvez-vous le faire en cinq minutes? Si vous préférez répondre par écrit, n'hésitez pas. Si vous voulez essayer de répondre maintenant, allez-y.

M. Klinkhammer: Nous nous ferons un plaisir de vous envoyer un résumé par la suite. Je vous signale également que nous avons déposé devant le Comité permanent des communications et de la culture le document que nous avons déposé devant le Conseil. Il a environ 92 pages et il est bourré de résultats de nos recherches, et ainsi de suite.

Permettez-moi de vous dire en quelques mots quelles conséquences cela pourrait avoir selon nous. Je ne parlerai pas de la recherche, mais des faits. Newton Cable n'est pas le premier câblodistributeur à essayer, pour reprendre votre mot, cette méthode de commercialisation. C'est ce que nous appelons la méthode d'option négative.

En résumé, l'abonné reçoit une lettre dans laquelle on lui dit qu'il aura le plaisir d'apprendre que son abonnement mensuel va augmenter d'à peine 2\$ ou 2.50\$, ou 3.25\$, selon le cas. En échange, il recevra six canaux. On lui dit également que cela ne sera possible que si tous les abonnés du lieu se tiennent les coudes. Si la majorité ne s'abonne pas, le voisin risque d'être privé du service, pour des raisons d'échelle économique. Notre service n'est pas parmi les canaux offerts. Lorsque cela arrive, cela signifie que l'abonné doit en définitive payer 3\$ ou 2.50\$ ou 2\$, au titre du nouveau tarif, en plus du tarif autorisé de base avant de pouvoir bénéficier du service que moi je lui offre. C'est une catastrophe. En fait, ce qui s'est produit, c'est qu'une augmentation de 3\$ a été ajoutée par le biais de mon service, mais celle-ci n'est pas partagée entre les services de production et moi-même. Et le résultat, c'est que nous perdons des abonnés. C'est ce qui s'est produit dans tous les marchés où cet essai a été mené.

Mme Finestone: Quant au fait que vous ayez été rayés de la liste, si je puis m'exprimer ainsi, si TSN arrive et que vous gardez votre statut de service spécialisé, ce ne sera pas dans le cadre du service de Newton Cable, n'est-ce pas? Est-ce de cela que vous vouliez parler?

M. Klinkhammer: Non, il s'agit là d'un mécanisme tout autre. Au lieu que ce soit une option négative, ce serait un service qui serait fonction du tarif, que ce soit TSN ou un autre des nouveaux services spécialisés qui se voient autorisés à être inclus dans le service de base. Ce serait une télévision payante sans choix. Ceux qui sont responsables de la recommandation disent tout simplement aux abonnés qu'ils doivent maintenant acheter TSN ou l'un des autres nouveaux services spécialisés moyennant versement de frais supplémentaires progressifs, qu'ils le veuillent ou non.

[Texte]

Mrs. Finestone: My question was how it will affect your sales.

Mr. Klinkhammer: We will lose 30% of our existing subscriber base.

Mrs. Finestone: How did you arrive at the 30% figure?

Mr. Klinkhammer: National research conducted between May and July of this year.

Mrs. Finestone: Are those figures included in the brief?

Mr. Klinkhammer: Yes, they are, and if you like we will provide you with more than just a summary.

Mrs. Finestone: Thank you for bringing to our attention a highly illegitimate system that I think they will certainly look at. I am sure the Chair will reread that section of the brief and see what we can do and forward that information.

The Chairman: Thank you, Mr. Klinkhammer. I just want to go to one final thing that I will leave with your for a response later. In your written brief you raised a concern about cable systems discriminating as to selection for carriage, pricing or otherwise—we will give you the text of this—among various services at their sole discretion or to extend preferential treatment to cable-related undertakings. As you are aware, we made a recommendation in our sixth report on that issue.

Since that time, three cable operators that I am aware of—CUC, Rogers, and Vidéotron—have suggested some ways of dealing with this problem that might arise when cable owns a specialty service or another pay service. We would appreciate getting your views on the proposals those companies have put forward if you could provide those to the committee.

Mr. Klinkhammer: We are on record with the CRTC on this matter. We would be pleased to add to the record at this opportunity.

The Chairman: Thank you. We would be pleased to receive that in writing from you. We thank you for your patience this afternoon. It has been a rather longer session than we had intended, but it has been profitable for us.

Mr. Klinkhammer: Thank you for the opportunity.

The Chairman: Now we call witnesses from the Canadian Motion Picture Distributors Association, led by their president, Mr. Millard Roth.

[Traduction]

Mme Finestone: Ma question visait à savoir quelle incidence cela aurait sur vos ventes.

M. Klinkhammer: Nous perdrons 30 p. 100 de notre base d'abonnés actuels.

Mme Finestone: Comment en êtes-vous arrivés à ce chiffre de 30 p. 100?

M. Klinkhammer: En nous appuyant sur des travaux de recherche nationaux menés entre mai et juillet de cette année.

Mme Finestone: Ces chiffres figurent-ils dans le mémoire?

M. Klinkhammer: Oui, et si cela vous intéresse, nous pourrions vous fournir autre chose qu'un simple résumé.

Mme Finestone: Merci de nous avoir mis au courant d'un système tout à fait illégal qui fera vraisemblablement l'objet d'une étude. Je suis certaine que le président relira cette partie du mémoire pour voir ce que nous pourrions faire, et à qui il faudrait transmettre ces renseignements.

Le président: Merci, monsieur Klinkhammer. J'aimerais aborder une dernière chose avec vous pour que vous puissiez y réfléchir et nous fournir une réponse plus tard. Dans votre mémoire, vous dites craindre que les câblodistributeurs fassent de la discrimination en matière de transmission de signaux, d'établissement des prix et autres—et nous vous donnerons le texte exact de tout ceci—entre les différents services, en agissant à leur entière discrétion, ou bien qu'ils accordent un traitement préférentiel aux activités liées au câble. Comme vous le savez, notre sixième rapport contient une recommandation à ce sujet.

Depuis le dépôt de notre rapport, au moins trois câblodistributeurs—CUC, Rogers et Vidéotron—ont proposé certaines formules pour résoudre ce problème qui risquerait en effet de se poser lorsqu'une compagnie de câble serait propriétaire d'un service spécialisé ou d'un autre service payant. Si cela vous était possible, nous aimerions bien que vous nous donniez votre opinion sur les propositions qui ont été mises de l'avant par ces compagnies.

M. Klinkhammer: Nous avons déjà saisi le CRTC de notre position là-dessus, mais c'est avec plaisir que nous l'étofferons.

Le président: Merci. Nous serions ravis que vous nous fournissiez cela par écrit. Je vous remercie de la patience dont vous avez fait preuve cet après-midi. La séance a été légèrement plus longue que nous l'avions prévu au départ, mais elle nous aura beaucoup apporté.

M. Klinkhammer: Merci de nous avoir donné l'occasion de venir vous rencontrer.

Le président: Nous allons maintenant entendre les représentants de l'Association canadienne des distributeurs de films, dont le principal porte-parole sera le président, M. Millard Roth.

[Text]

Mr. Millard Roth (President, Canadian Motion Picture Distributors Association): Mr. Chairman, thank you, and members of the committee.

Our members are the prime distributors of English-language television programming to the Canadian broadcasting industry. With me today are Peter Hughes of MCA TV Canada, who also acts as the chairman of the CMPDA's Television Program Committee, and Mr. Bernard Mayer, who is the association counsel.

• 1630

We appreciate that we will have an opportunity to respond to your questions; therefore I will be very brief in my introductory remarks. We welcome the in-depth analysis of all elements of the Canadian broadcasting system contained in the Caplan-Sauvageau report. This report does recognize the importance of the programming distributed by our members to the health of the Canadian broadcasting system.

Our members do not ask for any special privileges. They do, however, seek equitable and non-discriminatory treatment in an environment that recognizes their legitimate interest as distributors and producers, or as representatives of producers.

Mr. Chairman and members of the committee, this afternoon there are three specific points we wish to address. Number one is copyright. It is important not only from the perspective of our members but from the overall perspective of developing a fair and equitable broadcasting policy that the provisions of Canadian copyright legislation dealing with broadcasting and cable-related matters be promptly updated.

This is certainly not the occasion for us to discuss copyright issues in detail, but to cite only one example, this country's failure to accord to copyright owners a copyright in respect of the simultaneous retransmission of their signals by cable systems is not in accordance with generally accepted international standards. I should say we are pleased to note that under the Canada-U.S. free trade arrangement recently concluded, Canada has undertaken to create an appropriate retransmission right. We submit, Mr. Chairman, that your committee should urge the government not only to proceed with legislation granting such a right as soon as possible, but also at the same time deal with other broadcast-related matters.

The absence of up-to-date copyright legislation creates unnecessary problems for the formulation of broadcasting policy, and the previous witness has certainly attested to that. By way of example, the fact that cable systems are

[Translation]

M. Millard Roth (président, Association canadienne des distributeurs de films): Merci, monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité.

Nos membres sont les principaux distributeurs d'émissions de télévision de langue anglaise pour l'industrie canadienne de la radiodiffusion. M'accompagnent aujourd'hui Peter Hughes de MCA TV Canada, qui est également président du Comité des émissions de télévision de l'Association canadienne des distributeurs de films (ACDF), et M. Bernard Mayer, qui est notre conseiller juridique.

Nous sommes heureux de savoir que nous aurons la possibilité de répondre à vos questions et c'est pourquoi je m'en tiendrai à des remarques liminaires très brèves. Nous sommes ravis que le rapport Caplan-Sauvageau fasse une analyse approfondie de tous les éléments du système canadien de radiodiffusion. Le rapport reconnaît en effet l'importance des émissions que nos membres distribuent au système de radiodiffusion et qui en assurent le bien-être.

Nos membres ne demandent aucun privilège spécial. Ce qu'ils veulent, cependant, c'est un traitement équitable et non discriminatoire dans un milieu qui reconnaisse leur intérêt légitime en tant que distributeurs et producteurs ou de représentants de producteurs.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, nous aimerions aborder cet après-midi trois questions. Tout d'abord, le droit d'auteur. Il importe, non seulement aux yeux de nos membres, mais également dans l'intérêt de l'élaboration d'une politique de radiodiffusion qui soit juste et équitable, que les dispositions de la loi sur la radiodiffusion qui traitent de la radiodiffusion et du secteur du câble soient mises à jour au plus vite.

Ce n'est bien sûr pas aujourd'hui que nous allons avoir une discussion approfondie sur les questions de droits d'auteur. Cependant, pour ne citer qu'un exemple, le fait que le Canada n'ait pas encore entériné pour les titulaires de droits d'auteur, un droit d'auteur en matière de retransmission simultanée de leurs signaux par les systèmes de câble, est en contradiction avec les normes internationales généralement reconnues. J'ajouterai cependant que nous avons été ravis de constater que dans le cadre de l'entente de libre-échange canado-américaine qui vient d'être négociée, le Canada a entrepris de créer un droit de retransmission approprié. Nous pensons, monsieur le président, que le Comité devrait exhorter le gouvernement à non seulement aller de l'avant le plus rapidement possible avec une loi définissant pareils droits, mais également en profiter pour régler le sort d'autres questions dans le domaine de la radiodiffusion.

Le fait qu'il n'y ait pas de loi à jour en matière de droit d'auteur crée des problèmes inutiles pour l'élaboration de politiques de radiodiffusion, comme l'a clairement fait ressortir le témoin qui nous a précédés. A titre d'exemple,

[Texte]

not at present liable in respect of the simultaneous retransmission of signals has caused the U.S. Federal Communications Commission to prohibit certain U.S. superstations from marketing the retransmission of their signals by cable systems in Canada.

Notwithstanding this fact, and in our submission in violation of the provisions of the intergovernmental arrangements which are set out in the exchange of letters between Canada and the U.S. in November 1972 and August 1972, the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission has nevertheless authorized certain cable systems to carry such signals without making payment therefor.

Point number two, which has already been substantially elaborated, but which I think we would like to reinforce, is the question of signal theft. We very much welcome the recommendation made by your committee in its interim report last April, that amendments to the Radio Act be introduced promptly to deal with the important problem of signal theft, which results in unfair competition for Canadian pay TV operators, who are important licensees of our members.

As our members' remuneration from such licences depends primarily on the number of subscribers to the pay TV systems, their loss is also the loss of our member companies. As our brief to you points out, the recommendations of your committee's interim report are somewhat incomplete, in that from a practical perspective it is at least as important that the sanctions recommended by the committee in your interim report apply against those who manufacture and distribute the kind of equipment that was just demonstrated, and which is used for purposes of such theft, as it is to provide a remedy against those who steal the signal. Mr. Chairman, we urge that your committee's next report will recognize this fact, and that your committee will continue to urge the government to introduce appropriate legislation as soon as possible.

• 1635

We are also concerned about program distribution. Our submission points out in some detail that the suggestion in the Caplan-Sauvageau report that a non-profit corporation be formed to distribute in this country U.S. programs via satellite is impractical. We shall be pleased to go into this issue in greater detail if your committee considers it appropriate. Thank you.

Mr. Pennock: Do you agree that there is nothing wrong with advertising on the airwaves to copy a video, as is being done by First Choice?

[Traduction]

le fait que les systèmes de câble ne soient pas responsables pour ce qui est de la retransmission simultanée de signaux, a amené la *U.S. Federal Communications Commission* à interdire à certaines superstations américaines de commercialiser la retransmission de leurs signaux par des systèmes de câble au Canada.

Nonobstant cela et, comme nous le disons dans notre mémoire, en violation directe des arrangements intergouvernementaux qui sont établis dans l'échange de correspondance qui s'est fait entre le Canada et les États-Unis en novembre 1972 et en août 1972, le CRTC a autorisé certains systèmes de câble à transmettre ces signaux sans pour autant verser de paiements au préalable.

Deuxièmement, et c'est une question dont vous aurez déjà beaucoup entendu parler, mais sur laquelle nous aimerions néanmoins revenir, le problème des vols de signaux. Nous applaudissons la recommandation que vous faites dans votre rapport intérimaire d'avril dernier et qui demande que soient déposés rapidement des amendements à la Loi sur la radio dans le but de régler ce grave problème de vol de signaux, qui crée une concurrence déloyale pour les exploitants de télévision payante canadiens qui sont nombreux à détenir des licences auprès de nos membres.

Comme les revenus de nos membres au titre de ces licences sont largement fonction du nombre d'abonnés qui versent de l'argent au système de télévision payante, leur perte est également la perte de nos compagnies membres. Comme nous l'expliquons dans notre mémoire, les recommandations du rapport intérimaire du Comité sont quelque peu incomplètes, en ce sens que, sur un plan pratique, il est au moins tout aussi important que les sanctions recommandées par le Comité dans son rapport intérimaire s'appliquent à ceux qui fabriquent et qui distribuent le genre de matériel dont on vient de vous faire une démonstration de l'utilisation—et qui est notamment utilisé pour faire ce genre de vol—que l'on prévoit des mesures contre ceux qui volent le signal. Monsieur le président, nous exhortons le Comité à reconnaître cet état de chose dans son prochain rapport et à continuer d'encourager le gouvernement à déposer le plus rapidement possible des projets de loi en ce sens.

Une autre question qui nous préoccupe est celle de la distribution d'émissions. Nous expliquons en détail dans notre mémoire que l'idée, avancée dans le rapport Caplan-Sauvageau, de créer une société à but non lucratif chargée de distribuer au Canada des émissions américaines par satellite, ne serait pas pratique. Si cela vous intéresse, nous pourrions vous expliquer cela de façon plus approfondie. Merci.

M. Pennock: Seriez-vous d'accord pour dire qu'il n'y a rien de mal à ce qu'il y ait de la publicité sur les ondes pour copier des vidéos, comme cela se fait chez First Choice?

[Text]

Mr. M. Roth: Our position with First Choice reiterates the point you made to the previous witnesses.

Mr. Pennock: I thought I heard them say that they had no problems with the U.S. film manufacturers. Are you saying that this is not the case?

Mr. M. Roth: Yes. It is very difficult for us to justify something on a marketing basis that is inconsistent with the principles we have been trying to convince government to move forward with.

Mr. Pennock: The committee talked about the possibility of additional charges on video tapes or machines. We know movies are being copied from TV. Yet I think you people said you were against that type of proposal.

Mr. M. Roth: No, we have talked for some time about just that kind of levy as one of the more practical means of dealing with the loss that the programs and the copyright owner suffer from home taping.

Mr. Pennock: In the United States, the president of your counterpart organization, Jack Valenti, has continued to press for an end to the compulsory licensing provision in the U.S. copyright law that covers cable's retransmission. They want cable or any other distributor of a programming service to have to negotiate for the carriage of the signal. Do you share that view?

Mr. H.B. Mayer (Counsel, Canadian Motion Picture Distributors Association): You are quite correct in saying that it has been the position of the Motion Picture Association of America to oppose compulsory licences. It has also been the policy of a significant portion of the U.S. administration, and the Federal Communications Commission has asked for comments on that issue.

Our association presented a very detailed brief to the 1985 subcommittee on copyright law revision. It sets out our position on this and a number of other issues including home-taping, and I will be very pleased to make it available to this committee. We stand opposed to compulsory licences. However, we are realistic enough to recognize that there are circumstances when a government may consider a compulsory licence to be the only workable way of achieving its desired result.

• 1640

Ms McDonald: You are the Canadian Motion Picture Distributors Association. Do you distribute Canadian movies?

[Translation]

M. M. Roth: Notre position en ce qui concerne First Choice correspond à ce que vous avez dit aux témoins qui nous ont précédés.

M. Pennock: Je pensais les avoir entendus dire qu'ils n'avaient pas de problème avec les fabricants de films américains. Dites-vous que ce n'est pas le cas?

M. M. Roth: Oui. Il serait très difficile pour nous de justifier dans le domaine de la commercialisation quelque chose qui serait contraire au principe que nous essayons de convaincre le gouvernement d'adopter.

M. Pennock: Le Comité a évoqué la possibilité de frais supplémentaires pour les cassettes vidéos et les magnétoscopes. Nous savons que les gens se font des copies de films qui passent à la télé. Or, il me semble vous avoir entendu dire que vous seriez opposés à ce genre de proposition.

M. M. Roth: Non, nous prônons depuis quelque temps déjà l'adoption de ce genre de redevance. Ce serait là l'un des moyens pratiques de régler le problème des pertes que subissent les producteurs d'émissions et les détenteurs de droits d'auteur lorsque les gens enregistrent des émissions de télévision chez eux.

M. Pennock: Aux États-Unis, le président de l'organisme équivalent au vôtre, M. Jack Valenti, continue de revendiquer la révocation de la disposition en matière de permis obligatoire contenu dans la Loi américaine sur le droit d'auteur et qui couvre la retransmission par câble. Ce qu'il veut, c'est que toute compagnie de câble ou tout autre distributeur d'un service de programmation soit tenu de négocier la transmission du signal. Êtes-vous de cet avis?

M. H.B. Mayer (conseiller juridique, Association canadienne des distributeurs de films): Vous avez tout à fait raison de dire que la *Motion Picture Association of America* s'est toujours opposée aux licences obligatoires. Cette même position a d'ailleurs été épousée par une partie importante de l'administration américaine, et la *Federal Communications Commission* a d'ailleurs demandé des commentaires là-dessus.

En 1985, notre association a déposé un mémoire très détaillé auprès du sous-comité chargé d'examiner la révision du droit d'auteur. Ce document explique notre position sur cette question ainsi que sur les enregistrements faits à la maison par les téléspectateurs, etc., et c'est avec plaisir que j'en fournirai des exemplaires au Comité. Nous sommes toujours opposés aux licences obligatoires. Cependant, nous sommes suffisamment réalistes pour reconnaître qu'il y a certaines circonstances dans lesquelles un gouvernement pourrait juger que la seule solution réalisable, en vue d'atteindre le but visé, c'est d'opter pour une formule de licence obligatoire.

Mme McDonald: Vous représentez l'Association canadienne des distributeurs de films. Distribuez-vous des films canadiens?

[Texte]

Mr. M. Roth: From time to time our members have distributed Canadian movies, going back to the days when the National Film Board shorts were distributed in our theatres.

Ms McDonald: Nowadays?

Mr. M. Roth: Nowadays, particularly in the areas where Telefilm funding is involved, we do not distribute those pictures in Canada, by virtue of the Telefilm mandate, which has indicated that funding for Canadian-certified pictures requires the producer to have an agreement with a Canadian-controlled distributor.

Ms McDonald: So when you call yourselves the Canadian Motion Picture Distributors Association, you are basically an "American Motion Pictures Distributors Association"?

Mr. M. Roth: Not at all. All the people represented here are Canadians, depending—

Ms McDonald: But you are distributing American productions, if I understand you.

Mr. M. Roth: Primarily the programming and the films that are distributed are American programs.

Ms McDonald: To the tune of what percentage?

Mr. M. Roth: In the theatrical and television area, to the extent of 100%. In the home video area, to the extent of, I would say, 70% to 80%.

Ms McDonald: Well, maybe a name change would be more helpful.

You state on page 2:

Our members do not ask for any special privileges in this country. They seek equitable and non-discriminatory treatment in an environment which recognizes their legitimate interest as distributors and producers or representatives of producers.

Well, it is hard to know what special privileges we should congratulate you for not seeking. In the entertainment field, on television, there is very little but American productions. It is a minority of Canadian.

You protest Canadian content rules, also on page 2. You are opposed as a matter of principle to the imposition by any country of such quotas. Well, I guess the Americans do not have to impose any quotas to make sure they have American movies on television. That certainly is not a problem. But in Canada we have very few Canadian even now. And you seem to think we should do away with these quotas, if I understand you correctly, which you regard as an unreasonable interference with the free play of market forces. The market forces are such that it costs 10 times as much to produce the entire thing here in Canada as to purchase, in effect at dumping prices. So that is why we do not have so much Canadian production: because it costs a hell of a lot more.

[Traduction]

M. M. Roth: De temps à autre, nos membres ont distribué des films canadiens, mais cela remonte à l'époque où les courts métrages de l'Office national du film étaient projetés dans les salles de cinéma.

Mme McDonald: Et aujourd'hui?

M. M. Roth: Aujourd'hui, surtout là où un apport financier est assuré par Téléfilm, nous ne distribuons pas ces films au Canada, à cause du mandat de Téléfilm en vertu duquel pour qu'il y ait du financement pour des films certifiés canadiens, il faut que le producteur négocie une entente avec un distributeur contrôlé par des intérêts canadiens.

Mme McDonald: Vous vous appelez Association canadienne des distributeurs de films, mais vous êtes plutôt américains, non?

M. M. Roth: Pas du tout. Toutes les personnes représentées ici sont canadiennes, selon...

Mme McDonald: Oui, mais si je vous ai bien compris, vous distribuez des productions américaines.

M. M. Roth: La programmation et les films que nous distribuons sont en effet surtout américains.

Mme McDonald: Quel est le pourcentage?

M. M. Roth: Dans le secteur théâtre et télévision, c'est 100 p. 100. Dans le secteur cassettes vidéos pour consommation personnelle, ce serait plutôt 70 à 80 p. 100.

Mme McDonald: Eh bien, dans ce cas, il serait peut-être opportun que votre association change de nom.

Vous dites à la page 2, et je cite:

Nos membres ne demandent pas de privilèges spéciaux. Ce qu'ils veulent, c'est un traitement équitable et non discriminatoire dans un milieu qui reconnaisse leur intérêt légitime en tant que distributeurs et producteurs, ou représentants de producteurs.

Il est difficile de savoir pour quels privilèges spéciaux on devrait vous féliciter de ne pas demander. Pour ce qui est des émissions de divertissement qui passent à la télé, il n'y a que très peu de choses qui sont autres qu'américaines. Les productions canadiennes sont très clairement minoritaires.

Toujours à la page 2, vous contestez les règles en matière de contenu canadien. Vous vous opposez en principe à l'imposition de pareils quotas dans tout pays, quel qu'il soit. J'imagine que les Américains n'ont pas à imposer de quotas pour que les films qui passent à la télé chez eux soient des films américains. Ce n'est vraiment pas un problème pour eux. Mais ici au Canada, nous ne voyons que très peu de films canadiens, même aujourd'hui. Or, si j'ai bien compris, vous dites que nous devrions supprimer ces quotas qui constituent selon vous une ingérence non justifiée qui entrave le libre jeu des forces du marché. Or, ces forces du marché sont telles qu'il en coûte 10 fois plus pour produire toute l'affaire ici au Canada plutôt que de l'acheter toute faite, à des prix qui tiennent plutôt du dumping. Voilà pourquoi nous

[Text]

And you consider this fair? You really stand behind these words, that this is fair and equitable? What would the impact be if we did not have Canadian content regulations? How much Canadian content would there be in television?

Mr. M. Roth: I am not entirely clear what your question is. But I think around the world there are in fact two targets the production community can aim at.

Ms McDonald: I am not talking about around the world; I am talking about Canada—

Mr. M. Roth: Well, Canada is one of those countries.

Ms McDonald: —and Canadian content. If the CRTC and the government followed your advice and got rid of Canadian content regulations and let the market forces, which you call free and equitable but which give a tenfold advantage to the American producer... what kind of Canadian content would there be on Canadian television?

Mr. M. Roth: I could not begin to speculate. I can only answer your concern in this fashion. There is a content-driven production system and there is a marketplace-driven production system. In any case, the result in entertainment quality, in the world-wide potential of the production, and therefore the resultant lower unit cost to the Canadian consumer, could be significantly different.

• 1645

Ms McDonald: If Canadians only produced for an international market and every city became *River City* or something innocuous like that, and the street signs were changed so you would not recognize Montreal or Toronto so you can sell on international markets, is that what you are advocating?

Mr. M. Roth: No. I do not think there is necessarily any position that says what the city or what the theme has to be, but there can be—

Ms McDonald: You recognize that films made in Canada, for example, for international markets, they make the Canadian landscape invisible.

Mr. M. Roth: I think you are talking about something that is a number of years ago at this point. I think Canadian producers, at least in my most current experience, have certainly matured to the point where they are making productions in Canada and are using Canadian settings and not attempting to mask them unless the storyline calls for that.

[Translation]

n'avons pas beaucoup de productions canadiennes: tout simplement parce que cela coûte bien plus cher.

Trouvez-vous cela juste? Vous maintenez que cela est juste et équitable? Qu'en serait-il s'il n'y avait pas de règlement en matière de contenu canadien? Combien de contenu canadien y aurait-il à la télévision?

M. M. Roth: Je n'ai pas très bien compris votre question. Quoi qu'il en soit, où que l'on se trouve dans le monde, il y a, je pense, deux cibles que peut viser le secteur de la production.

Mme McDonald: Je ne parle pas de ce qui se passe ailleurs dans le monde. Je parle du Canada. . .

M. M. Roth: Le Canada est l'un de ces pays.

Mme McDonald: . . . et du contenu canadien. Si le CRTC et le gouvernement suivaient vos conseils, supprimeraient les règles en matière de contenu canadien et laisseraient jouer librement les forces du marché, que vous appelez justes et équitables, mais qui donnent aux producteurs américains un avantage qui est 10 fois. . . Quel genre de contenu canadien y aurait-il à la télévision canadienne?

M. M. Roth: Je ne saurais le deviner. Tout ce que je peux vous dire en réponse à votre question, c'est ceci: il y a un système de production axé sur le contenu et un système de production axé sur le marché. De toute façon, les résultats du côté de la qualité sur le plan du divertissement, du potentiel mondial de production et, partant, du coût unitaire plus faible pour les consommateurs canadiens, pourraient être sensiblement différents.

Mme McDonald: Si seulement les Canadiens produisaient pour le marché international et si toutes les villes devenaient *River City*, ou quelque chose d'aussi banal, et si tous les noms des rues étaient changés pour qu'on ne reconnaisse ni Montréal ni à Toronto, ce qui permettrait de vendre facilement sur le marché international. . . Est-ce cela que vous préconisez?

M. M. Roth: Non. Je ne pense pas que personne prétende déterminer quelle doit être la ville et quel doit être le thème, mais il se pourrait que. . .

Mme McDonald: Vous reconnaissez, par exemple, que les films faits au Canada, mais destinés au marché international sont tournés de telle sorte que le côté canadien disparaît.

M. M. Roth: Je pense que vous parlez là de quelque chose qui n'existe plus depuis plusieurs années déjà. Si je me fie à ma propre expérience, les producteurs canadiens ont mûri et ils tournent aujourd'hui des films au Canada en utilisant un cadre canadien, sans essayer de le masquer, à moins que le scénario ne l'exige.

[Texte]

Ms McDonald: Which it very often does. You want to get rid of Canadian content. You want this committee to recommend an end to Canadian content.

Mr. M. Roth: I think there is a viable option to the benefit of the system that at least should be considered.

Ms McDonald: And you will not even give us a percentage. If we got rid of the requirement, you have not even an estimate as to how much Canadian content would survive. You are recommending that we do something. What is your estimate as to what the results would be should we follow your advice, should the government, should the CRTC follow your advice?

Mr. M. Roth: I am not in a position to possibly make that assumption. I am sorry.

Ms McDonald: Then how can you possibly make this recommendation? It is totally irresponsible. Your interests are obviously not those of having any kind of Canadian culture here or jobs for Canadian artists or writers. You simply want to import American and make money doing it.

Mr. M. Roth: I think our objectives and our interests are seeing a self-sustaining, viable system. It is recognizing how difficult it is to make a feature film, regardless of where it is made—in this country or any other country in the world—to make a successful television program that can fully recoup its costs, that the full entertainment value of that program, if it is focused on marketplace realities, tends to have a greater impact on the success factor than when one focuses on filling or meeting a quota requirement.

Ms McDonald: Do you accept the general principle recommended by the task force that Canadian exhibition rights for foreign programs should be held by Canadian stations and networks rather than importing the signals of foreign stations and networks?

Mr. H. Mayer: Ms McDonald, I am not quite sure I fully appreciate all the implications of your question but let me try and get at it this way. Basically, what our members distribute in the television licence agreements give to Canadian broadcasters in appropriate cases, and it happens very frequently, so-called exclusive rights. And under those exclusive rights the program distributors will not licence another broadcaster or similar organization in the geographical area of exclusivity. In other words, if for example CTV has exclusive rights for Canada it means that the distributor will not licence another company in Canada.

[Traduction]

Mme McDonald: Ce qui est souvent le cas. Vous voulez vous débarrasser du contenu canadien. Vous voulez que le Comité recommande la suppression des exigences en matière de contenu canadien.

M. M. Roth: Je pense qu'il y a une autre option tout à fait valable, qui bénéficierait au système, et qu'il conviendrait à tout le moins d'examiner.

Mme McDonald: Vous ne nous avez même pas proposé de pourcentage. Vous ne pouvez même pas nous donner une idée de la quantité de contenu canadien qui survivrait si nous supprimions cette exigence. Vous recommandez que nous fassions quelque chose. Si le gouvernement et le CRTC suivaient vos conseils, quel en serait le résultat?

M. M. Roth: Je ne suis pas en mesure de tirer d'hypothèse à partir de cela. Je m'excuse.

Mme McDonald: Dans ce cas, comment pouvez-vous faire pareille recommandation? Cela est parfaitement irresponsable. De toute évidence, vos intérêts n'ont absolument rien à voir avec le maintien de la culture canadienne ou d'emplois pour les artistes et les écrivains canadiens. Vous voulez tout simplement importer des produits américains et, ce faisant, faire de l'argent.

M. M. Roth: Nos intérêts et nos objectifs visent tout simplement le maintien d'un système viable et autofinancé. Nous reconnaissons tout simplement, dans le cadre de notre système, combien il est difficile de tourner un long métrage, où que ce soit—au Canada ou ailleurs—de réaliser une émission de télévision populaire qui permette de récupérer entièrement ses coûts... Nous reconnaissons que la valeur de divertissement d'une émission, si elle tient compte des réalités du marché, influe davantage sur le potentiel de réussite de l'émission que le fait de mettre l'accent sur des exigences ou des quotas.

Mme McDonald: Acceptez-vous le principe général recommandé par le groupe de travail et selon lequel les droits d'exposition canadiens pour des émissions étrangères devraient être détenus par des stations et des réseaux canadiens au lieu qu'on importe les signaux de stations et de réseaux étrangers?

M. H. Mayer: Madame McDonald, je ne suis pas certain d'avoir compris toutes les nuances de votre question, mais je vais tâcher d'y répondre. En gros, ce que nos membres distribuent en vertu des ententes de licence de télévision donne aux radiodiffuseurs canadiens lorsque cela est opportun—et c'est ce qui se passe fréquemment—des droits qu'on dit exclusifs. En vertu de ces droits exclusifs, les distributeurs d'émissions ne peuvent pas décerner de licence à d'autres radiodiffuseurs ou sociétés semblables dans la zone géographique couverte par l'exclusivité. En d'autres termes, si CTV, par exemple, a des droits exclusifs pour le Canada, cela signifie que le distributeur n'accordera aucune licence à une autre compagnie au Canada.

[Text]

Ms McDonald: Does the distributor earn more if there is a separate Canadian sale of rights rather than simply a North American sale?

Mr. H. Mayer: I think Peter should answer that.

Mr. Peter G. Hughes (Chairman, Television Program Committee, Canadian Motion Picture Distributors Association): In answer directly to your question... I would like to get back to something you said earlier if I could, after this question. It is very difficult to say whether the distributor earns more money in a separate negotiated deal or a single negotiated deal. It would depend on the individual deal. All deals are structured individually.

Ms McDonald: There is no general trend.

Mr. Hughes: No. I must assume that if we get back to your comment that we are dumping programming in Canada, which I think Mr. Chercover and fellow broadcasters might take issue with, it would seem impractical that we would be doing that to lose money.

• 1650

Ms McDonald: I would have thought the generally accepted comparative figure is that it would cost ten times as much to produce a widely distributed American program.

Mr. Hughes: I cannot take issue with the fact that it is obviously going to cost more money for a Canadian to produce—

Ms McDonald: Is it tenfold?

Mr. Hughes: In some instances.

Ms McDonald: It is selling the program for less than the production costs. Selling for a tenth of the production costs is certainly dumping.

Mr. Hughes: Getting back to what Mr. Roth was saying about recommendations on Canadian content, I think it depends on what you are trying to achieve by Canadian content, if we assume we are trying to achieve more and better programming on Canadian television. What I think Mr. Roth is saying and what I am saying is that there may be better ways of doing it than simply a quantitative quota.

Ms McDonald: You certainly have not indicated any, nor have you estimated the impact of getting rid of the regulation.

Mr. Hughes: I think he has indicated the experience world-wide has been a focus on satisfying market needs as opposed to satisfying numbers. It will produce better results so far as the cost—

Ms McDonald: That is a rather glib reply to a rather complex question.

[Translation]

Mme McDonald: Le distributeur gagne-t-il plus d'argent s'il y a une vente distincte de droits canadiens plutôt qu'une vente tout simplement nord-américaine?

M. H. Mayer: Je pense que Peter saurait répondre à cette question.

M. Peter G. Hughes (président, Comité des émissions de télévision, Association canadienne des distributeurs de films): Pour répondre directement à votre question... Mais j'aimerais par la suite revenir, si vous le permettez, sur quelque chose que vous avez dit tout à l'heure. Il est très difficile de dire si un distributeur gagne plus d'argent dans le cadre d'une négociation ou d'un arrangement distinct. Cela varierait d'un cas à un autre. Toutes les ententes sont différentes.

Mme McDonald: Il n'y a pas de tendance générale.

M. Hughes: Non. Si on revenait à ce que vous disiez tout à l'heure, notamment que nous faisons du dumping d'émissions au Canada—critique que réfuteraient, je pense, M. Chercover et d'autres collègues dans la radiodiffusion—il ne serait pas du tout logique que nous nous adonnions à ce genre de chose si nous perdions de l'argent.

Mme McDonald: Il me semble, si l'on veut parler chiffres comparatifs, que cela coûterait au moins 10 fois plus cher que de produire une émission américaine prévue pour une très large distribution.

M. Hughes: Je ne peux pas contester le fait que cela va manifestement coûter plus cher pour un Canadien de produire...

Mme McDonald: Dix fois plus?

M. Hughes: Dans certains cas.

Mme McDonald: Il s'agit de vendre l'émission pour un prix inférieur au coût de production. Vendre une émission pour un dixième des coûts de production, cela est très clairement du dumping.

M. Hughes: Pour en revenir à ce que M. Roth disait quant aux recommandations visant le contenu canadien, je pense que tout dépend de ce que vous voulez faire par les règles en matière de contenu canadien, et j'imagine que le but visé, c'est d'avoir à la télévision canadienne une programmation meilleure et plus nombreuse. Ce que dit M. Roth, et ce que je dis, moi aussi, c'est qu'il y a peut-être de meilleurs moyens de faire cela que d'instaurer tout simplement des quotas quantitatifs.

Mme McDonald: Vous ne nous en avez pourtant pas proposé, pas plus que vous nous avez donné une idée des conséquences qu'aurait la suppression de ces règlements.

M. Hughes: Je pense qu'il a expliqué qu'à l'échelle mondiale, on a surtout voulu satisfaire les besoins du marché plutôt que satisfaire les critères quantitatifs. Les résultats seraient meilleurs en ce qui concerne le coût...

Mme McDonald: Il me semble que c'est là une réponse un peu désinvolte à une question pourtant complexe.

[Texte]

Mr. Hughes: It is complex. We face the same problems in terms of the cost of programming in the United States. It is very expensive these days and we do not dump programming if we are already in deficit on those programs. It seems to be another misconception.

Ms McDonald: In most people's books I think selling at 10% of the production costs would be called dumping.

Mr. Hughes: If we sold for 100% of the production costs, would that be dumping?

Ms McDonald: No.

Mr. Hughes: Would the market bear that?

Ms McDonald: I am talking about a definition of dumping; 100% is not dumping. There are international rules on it.

Mr. Hughes: What is the definition of dumping?

Ms McDonald: Dumping is defined as selling for less than production cost.

Mr. Hughes: I guess we are dumping in the United States, because we are selling to the U.S. networks at less than production cost.

Ms McDonald: I am not here to defend American interests; I am here to defend Canadian interests.

Mrs. Finestone: Mr. Roth, it is purported that you are the Jack Valenti of Canada. Can you confirm or deny it?

Mr. M. Roth: I deny it absolutely.

Mrs. Finestone: It has been said, Mr. Roth, that if one does not deal with Mr. Valenti in terms of American interests, one deals with Mr. Roth in terms of American interests. Are you a Canadian?

Mr. M. Roth: Yes, I am. I was born and brought up in Toronto.

Mrs. Finestone: Do you salute the Canadian flag?

Mr. M. Roth: I treasure everything in Canada. I mean that most sincerely.

Mrs. Finestone: I may be saying this tongue in cheek, but there is, as you well understand, very serious concern at this particular committee level. With growth of Canadian content, we live in peaceful co-existence with a very important neighbour whom we respect. We would like some respect from them as well. You can wrap yourself in your national security flag, but we would like to use Canadian culture as part of our very serious concerns. That leads me to ask you how you feel about a film distribution bill, a cinema act for Canada.

Mr. M. Roth: It depends on what you are referring to, Mrs. Finestone.

[Traduction]

M. Hughes: Elle est complexe. Nous nous trouvons confrontés au même problème en matière de coût de programmation aux États-Unis. Cela coûte très cher de nos jours, et nous n'allons pas faire du dumping avec des émissions pour lesquelles nous sommes déjà en situation de déficit. Il me semble que c'est là encore une autre idée fausse.

Mme McDonald: Je pense que pour la plupart des gens, vendre à 10 p. 100 des coûts de production constituerait du dumping.

M. Hughes: Et si nous vendions 100 p. 100 des coûts de production, serait-ce du dumping?

Mme McDonald: Non.

M. Hughes: Et le marché pourrait-il supporter cela?

Mme McDonald: Je parle d'une définition de ce qu'est le dumping. Récupérer 100 p. 100 de ses coûts, ce n'est pas du dumping. Il y a des règles internationales qui régissent cela.

M. Hughes: Quelle est la définition du mot «dumping»?

Mme McDonald: Le dumping, c'est vendre à un prix inférieur au coût de production.

M. Hughes: Dans ce cas, nous faisons du dumping aux États-Unis, car nous vendons au réseau américain à des prix inférieurs au coût de production.

Mme McDonald: Je ne suis pas ici pour défendre les intérêts des Américains, mais ceux des Canadiens.

Mme Finestone: Monsieur Roth, on dit que vous êtes le Jack Valenti du Canada. C'est vrai ou c'est faux?

M. M. Roth: C'est absolument faux.

Mme Finestone: Monsieur Roth, certains disent que si l'on ne traite pas avec M. Valenti lorsqu'il est question d'intérêts américains, on traite avec M. Roth. Êtes-vous Canadien?

M. M. Roth: Oui, je le suis. C'est à Toronto que je suis né et que j'ai grandi.

Mme Finestone: Saluez-vous le drapeau canadien?

M. M. Roth: Je chéris tout ce qu'il y a au Canada et je dis cela en toute sincérité.

Mme Finestone: Je plaisante peut-être un petit peu, mais vous devez comprendre que le Comité est très préoccupé par cette question. Dans le contexte d'un contenu canadien toujours plus élevé, nous coexistons très paisiblement avec un voisin très important et que nous respectons. Mais nous aimerions, nous aussi, être respectés par lui. Vous pouvez vous envelopper dans votre drapeau de la sécurité nationale, mais nous, nous aimerions mettre l'accent sur la culture canadienne. C'est ce qui m'amène à vous demander ce que vous diriez d'une loi sur la distribution des films ou d'une loi sur l'art cinématographique au Canada.

M. M. Roth: Tout dépend de ce à quoi vous songez, madame Finestone.

[Text]

Mrs. Finestone: I am referring to the right of Canadians to distribute films produced elsewhere in the world besides Hollywood U.S.A. and without major American money.

Mr. M. Roth: I am not at all convinced that it is not happening already, regardless of what has been stated publicly or by a number of my good friends in the Canadian distribution business.

• 1655

Secondly, as I understand it, what you have stated in another way, and what the Prime Minister has stated, about Canada's cultural objectives is that there in fact be more Canadian pictures on more Canadian screens, whether those be television screens or theatrical motion picture screens. To the extent that happens, from our point of view—and I do not say this glibly; I say this most sincerely; I say it selfishly, as a person who has committed a number of years to this industry and who represents an important part of the industry and who would welcome that. I do not think, again from our experience and from a lot of assessment, that to try to use the distribution system as a way and a means of achieving that purpose has any certainty about it at all. There is a great deal that is uncertain about our industry; most of what is about our industry is uncertain.

Mrs. Finestone: Mr. Roth, with all due respect, the Minister of Communications of Canada on February 13 of this past year, after much consultation and after a long period of concern, indicated in a very strong way that the integration of the film distribution and film exposition in this country, as had already been asked for by the Province of Quebec in Bill 109, was very integral to the growth and development of a very healthy film industry. You and I know very well that those films then become important to television broadcasters as well; it fills space, too. So how you can say you are not sure I do not think is the issue, although you obviously are going to have something to say about it.

• 1700

The issue is that a Minister of the Crown came to a conclusion, and then there was interference with respect to the conclusion. You question whether the conclusion was really the best conclusion for Canada. I would like to suggest to you that I think it is a good conclusion. I would hope that you would work in the interests of Canada to see that this bill goes through and that it has teeth.

Mr. M. Roth: Very frankly, I do not think it is in the interests of Canada. I do not think it is in the interests of the film industry. I have consistently—whether it is this Minister or her predecessors—tried in my limited fashion to convey ways and means that I think are more useful, more certain and more to the point of achieving more

[Translation]

Mme Finestone: Au droit des Canadiens de distribuer des films produits ailleurs dans le monde qu'à Hollywood et sans un important apport d'argent américain.

M. M. Roth: Je ne suis pas du tout convaincu que ce n'est pas déjà cela qui se passe, quoi qu'on en dise publiquement et quoi que pensent certains de mes très bons amis qui oeuvrent dans le secteur canadien de la distribution.

Deuxièmement, si j'ai bien compris, ce que vous dites différemment et ce qu'a dit le premier ministre au sujet des objectifs culturels du Canada, c'est qu'il faut au Canada plus de films canadiens à l'écran, qu'il s'agisse de la télévision ou du cinéma. Dans la mesure où nous réalisons cet objectif, de notre point de vue du moins—et je le dis sans fanfaronnerie, le plus sincèrement du monde, de façon égoïste, parce que j'ai consacré de nombreuses années à cette industrie, que je représente un secteur important de cette industrie, et que j'en serais heureux. Je ne pense pas cependant, à la lumière de notre expérience et d'une étude approfondie, qu'on puisse être sûr de réaliser cet objectif en ayant recours au réseau de distribution. En effet, il existe beaucoup d'incertitudes dans notre industrie; notre industrie n'est d'ailleurs que cela.

Mme Finestone: Monsieur Roth, je me permets de vous faire remarquer que le ministre des Communications du Canada, le 13 février dernier, après de nombreuses consultations et après une longue période d'incertitude, a déclaré que l'intégration du réseau de distribution et du réseau de salles de cinéma au Canada, comme le propose déjà la province de Québec dans son projet de loi 109, était tout à fait essentiel à la croissance et à l'évolution d'une industrie cinématographique en plein essor. Nous savons tous les deux fort bien qu'ensuite, les télédiffuseurs s'intéressent beaucoup aux films; en plus cela complète l'horaire. En fait votre incertitude n'est pas la question à mon avis, bien que manifestement, vous ayez votre mot à dire.

L'important, c'est qu'une ministre de la Couronne se soit prononcée et qu'ensuite on ait essayé de nuire à la mise en application de sa conclusion. Vous contestez le bien-fondé de cette conclusion en disant que ce n'est peut-être pas ce qu'il y a de mieux pour le Canada. Mais pour moi, c'est une bonne conclusion. J'espère croire que vous travaillerez dans l'intérêt du Canada en préconisant l'étoffement de ce projet de loi et son adoption.

M. M. Roth: Très franchement, je ne pense pas que ce soit dans l'intérêt du Canada. Je ne pense pas que ce soit dans l'intérêt de l'industrie cinématographique. J'ai toujours essayé—que ce soit sous le règne de la ministre actuelle ou de ses prédécesseurs—dans la limite de mes moyens de préconiser des moyens plus utiles, plus sûrs et

[Texte]

Canadian pictures on more Canadian screens to the benefit of Canadian talent.

I continue to have a great deal of difficulty in understanding what the distribution and transference of foreign product from one set of hands to the other—and, I might add, with significant potential risk to the Canadian distributor who might be paying extensive rights to distribute the product. . . One of the things that concerns me greatly is that it is like any investment deal that is being promoted; one only looks at the upside, one never considers the downside. In our industry, only two pictures in ten in all countries of the world and in all media make a profit. If the Canadian—

Mrs. Finestone: Excuse me, Mr. Roth, but our time also is limited. I recognize this and I have in fact been told that sometimes it is as high as one in twenty with the roll of the dice. This is not the issue. If there are people who wish to take risks in Canada and if they think those risks in the long run will build an industry, it is the business of the people who wish to take those risks, I would suggest to you, not the business of a letter that was sent to our Prime Minister from Max Baucus, a senator from the United States, sent to the Senate committee, co-signed by Lloyd Bentsen, in which he has indicated that they are totally against any kind of a film distribution bill.

The rationale, if you read the *Senate National Record*, indicates that we are talking about \$9 billion in income into the United States; if Canada gets away with this kind of a bill, God help us, what is going to happen around the rest of the world?

I do not know whether your concern, which you have just expressed. . . I have to presume you have a great deal of integrity and are saying it out of pure conviction. If your conviction is that it is going to be bad for the health of Canadians who would enter into such a risk business and if you have other ways of improving the ability of Canadians to build up this industry so that we can see ourselves from coast to coast and who we are and not see only our American cousin, I think it might be of great interest. Perhaps you might elaborate.

Your brief, from what I can see, gives all the reasons that are negatively impacting on American industries and transgressing on. . . and rightly so in some instances, may I say. However, you do not give one single constructive recommendation for the improvement of the Canadian film and broadcasting industry. Maybe this is also something that might be helpful from you and from your members. If I read your membership, they are certainly very successful in this field: Columbia Pictures, MGM, Paramount, Walt Disney, 20th Century Fox Films, Universal City, Warner Brothers, De Laurentiis, and

[Traduction]

plus pertinents à mon avis en vue de montrer un plus grand nombre de films canadiens sur les écrans canadiens pour le plus grand bien du talent canadien.

J'ai toujours beaucoup de mal à comprendre comment en faisant passer d'une paire de mains en une autre la distribution et la diffusion des produits étrangers—et je me permets de souligner que cela comporte des risques considérables pour le distributeur canadien qui devra peut-être payer des droits exorbitants afin de pouvoir distribuer le produit. . . Ce qui me préoccupe beaucoup, c'est que comme dans le cas de tout investissement que l'on vante, on ne regarde que les avantages, on ne songe jamais aux inconvénients. Dans notre industrie, il n'y a que deux films sur dix, dans tous les pays du monde, quel que soit le moyen de distribution, qui réalisent des bénéfices. Si les Canadiens. . .

Mme Finestone: Excusez-moi, monsieur Roth, mais notre temps aussi est limité. Je connais les chiffres que vous avancez, en fait, on m'a même dit que parfois, il n'y a qu'un film sur vingt qui paie, c'est une question de chance. Mais là n'est pas la question. Si certains souhaitent courir ces risques au Canada, s'ils pensent qu'ainsi à long terme, ils vont monter une industrie, c'est là leur affaire, et non celle, à mon avis, de Max Baucus, un sénateur des États-Unis, qui de concert avec Lloyd Bentsen, a écrit à notre Premier ministre et à un comité de notre Sénat pour signifier qu'il s'oppose catégoriquement à tout projet de loi visant la distribution des films.

Dans le *Senate National Record*, on explique que c'est parce qu'il s'agit pour les États-Unis d'une entreprise qui rapporte 9 milliards de dollars; que si le Canada réussit à adopter un tel projet de loi, Dieu nous préserve de ce qui se passera ailleurs dans le monde.

Je ne sais pas si ce qui vous préoccupe d'après ce que vous venez tout juste de dire. . . Je présume que vous êtes un homme honnête et que vous le dites par conviction. Si vous êtes persuadé que c'est vraiment dangereux pour les Canadiens qui pourraient se lancer dans une entreprise aussi risquée et si vous croyez qu'il y a d'autres moyens d'améliorer les chances qu'auraient les Canadiens de monter cette industrie de façon à ce que nous puissions nous voir d'un océan à l'autre et ne pas voir uniquement nos cousins américains, cela pourrait, je pense, être très intéressant. Peut-être pouvez-vous nous donner plus de précision.

Dans votre mémoire, d'après ce que je peux voir, vous énumérez tous les facteurs qui ont une incidence néfaste sur les industries américaines, tout ce qui empiète sur. . . Dans certains cas, vous avez parfaitement raison, je le reconnais. Toutefois, vous ne faites pas une seule recommandation constructive en vue d'améliorer la situation de l'industrie du film et de la télédiffusion au Canada. Il serait peut-être utile que vous et vos confrères nous en fassiez. Si je regarde votre liste de membres, j'y trouve des gens qui ont très bien réussi dans ce domaine: Columbia Pictures, MGM, Paramount, Walt Disney, 20th

[Text]

Orion. You are representing nine companies that are all American.

You present a brief to us, which we certainly acknowledge as having validity in many of its areas, but there is not a constructive thought to a broadcast committee that is looking to develop broadcast Canadian personality. I do think it is a big error in judgment.

• 1705

I would hope, Mr. Roth, that you could find something constructive in the growth and development of our industry that you and Mr. Mayer and Mr. Hughes could present to us, which I am sure from your great background of experience and in consultation with Mr. Valenti could be helpful to us.

Le président: Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Vous ne nous avez pas parlé aujourd'hui du projet de loi sur la distribution des films au Canada que M^{me} MacDonald, la ministre des Communications, a l'intention de présenter. En quoi ce projet de loi pourrait-il nuire aux intérêts des consommateurs canadiens? Est-ce qu'il nuirait aux producteurs canadiens? Sinon, est-ce qu'il nuirait aux producteurs et distributeurs américains et de quelle façon? J'aimerais avoir un peu des détails sur l'impact que ce projet de loi pourrait avoir sur tout le secteur du film au Canada.

Mr. M. Roth: I think one of the problems with the bill—the proposed bill, because I really do not know what the bill is, other than what has been leaked to the newspapers—is that there is an assumption that additional monies will flow into the production sector.

I might remind the committee, and I hope I am not being too presumptuous here, that when the pay-television system was first conceived in this country, it was not a consumer-driven system. Again, it focused on some assumptions that there would be enough money earned in the system to then reinvest substantial amounts of money in Canadian-content programming. Since that time, of course, reality has set in and a number of changes in the system have had to take place. I think there is much focus on gross revenues in the distribution sector and not nearly a sufficient amount on what the net revenues are, because that is what will be available to the production sector.

At the risk of repeating myself, I think other countries have found that where government and the taxpayer can most usefully expend resources is in support of the creative underpinnings of the industry. We have a relatively young industry in Canada, and I think we have a small industry in Canada. We have a relatively inexperienced industry in Canada.

[Translation]

Century Fox Films, Universal City, Warner Brothers, De Laurentiis, et Orion. Vous représentez neuf entreprises, toutes américaines.

Vous nous présentez un mémoire dont nous reconnaissons certainement le bien-fondé à bien des égards, mais dans lequel il n'y a pas la moindre inspiration pour un comité tel que le nôtre qui cherche à promouvoir une personnalité canadienne dans le domaine de la radiodiffusion. A mon avis, c'est là une grave erreur de jugement.

J'ose espérer, monsieur Roth, que, vous, M. Mayer et M. Hughes, en collaboration avec M. Valenti, vous qui êtes tous des gens de grande expérience, vous pourriez trouver quelque chose de constructif à nous soumettre sur la façon de promouvoir la croissance et le développement de notre industrie.

The Chairman: Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): You have said nothing today on the film distribution bill that Miss MacDonald, the Minister of Communications, intends to bring in. How could this bill prejudice the interests of Canadian consumers? Would it harm Canadian producers? Or would this bill harm American producers and distributors and if so, how? I would like to know more on the impact this bill could have on the whole film industry in Canada.

M. M. Roth: Je pense que l'un des problèmes en ce qui concerne le projet de loi—en fait je ne sais pas vraiment ce qui se trouve dans le projet de loi, outre ce que l'on a dit dans les journaux—c'est que l'on suppose que le secteur de la production obtiendra plus d'argent.

Je tiens à rappeler aux membres du Comité, et j'espère que vous n'y verrez aucune prétention, que lorsqu'on a d'abord conçu le plan d'une télévision payante au Canada, ce ne sont pas les consommateurs qui réclamaient un tel système. Là encore, on supposait qu'on gagnerait suffisamment d'argent pour pouvoir réinvestir des sommes considérables dans des émissions à contenu canadien. Depuis lors, évidemment, la réalité s'est imposée et on a dû apporter de nombreuses modifications au système. Je pense qu'en ce qui concerne la distribution, on accorde une importance exagérée aux revenus bruts, et une importance insuffisante aux revenus nets, lesquels finalement sont ceux dont le secteur de la production pourra disposer.

Au risque de me répéter, je pense que dans d'autres pays on a constaté que c'est en encourageant les créateurs de l'industrie que le gouvernement et le contribuable peuvent utiliser leurs ressources financières à meilleur escient. L'industrie est assez jeune au Canada, et je pense qu'elle est assez modeste. C'est une industrie plutôt inexpérimentée que nous avons au Canada.

[Texte]

The experience we have has been in many ways very excellent. We have received world-wide recognition for some of that, but given the competitive factors that exist in the entertainment community in the broadest possible context, and given the risk factors in the industry, you cannot really be scattering your buckshot, and you cannot be making assumptions that are not particularly supported by statistics. I think you have to be very focused with what you do. In our view, in our experience and in our understanding of what has happened around the world, that focus is where you get the greatest payment and return. That is with really continuing to spend money and resources on the creative side of things.

M. Blackburn (Jonquière): Mais si le projet de loi permet aux distributeurs canadiens de distribuer les films canadiens et étrangers à condition qu'on ait les droits de distribution mondiaux, est-ce que ce sera dommageable pour vous ou si, au contraire, ce sera intéressant pour vous?

Mr. M. Roth: Number one. I think most of the major Canadian distributors who are committed to the feature film industry are already picking up a substantial amount of product in the United States, for which they have Canadian rights. Secondly, I think the separation of rights in the North American marketplace, as we understand it, potentially creates some serious harm to the system that is in place in Canada. Our companies maintain branch facilities across this country and, depending upon the year, it is very conceivable that their gross revenues would be impacted to the extent of anywhere from 15% to 30%. I would suggest to you that it is very difficult to maintain the same level of service to the exhibition community across this country, if you lose upwards of 30% of your gross revenue. You just cannot sustain the same kind of overhead. There is no assurance that a producer necessarily negotiates satisfactorily, so that those films become automatically available in Canada or become available within the same timeframe as they would have. With the advent of technology as it is now and the window of release being compressed with theatrical, home video, pay and television, we see the development of a serious risk of added film and video piracy.

• 1710

We have been spending significant amounts of money and time to try to maintain some degree of control over video piracy, and we do that to the benefit of all program suppliers, regardless of whether they are American or Canadian. We would see it as a real risk if there were that kind of dislocation.

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie pour vos commentaires.

The Chairman: I am sorry to have to wind this up, but we have run our course of time with you. We appreciate your patience and your help, gentlemen, and thank you for being with us today. Just before you leave, I should

[Traduction]

A bien des égards, l'expérience acquise est excellente. Une partie de notre production nous a valu une réputation mondiale, mais, compte tenu de la compétition qui existe à tous les niveaux dans le milieu ainsi que des facteurs de risque que l'on trouve dans l'industrie, il ne saurait être question d'éparpiller ces ressources, ni de formuler des hypothèses que les statistiques ne justifient pas. Je pense qu'il faut concentrer ses efforts. À notre avis, d'après notre expérience et notre connaissance de la situation mondiale, c'est en mettant l'accent sur l'aspect créatif qu'on obtient le meilleur rendement. C'est-à-dire qu'il faut vraiment continuer à consacrer les ressources à la création.

Mr. Blackburn (Jonquière): But if the bill is aimed at allowing Canadian distributors to distribute Canadian and foreign films if they have world-wide distribution rights, would this harm you or rather help you?

M. M. Roth: Tout d'abord, je pense que la plupart des grands distributeurs canadiens de longs métrages s'approvisionnent déjà en grande partie aux États-Unis en acquérant les droits canadiens de produits américains. Deuxièmement, je pense que la répartition des droits dans le marché nord-américain, d'après ce que nous comprenons, pourrait nuire très gravement au régime en place au Canada. Nos entreprises maintiennent des succursales partout au Canada, et selon l'année, il est tout à fait concevable que le revenu brut puisse varier de 15 à 30 p. 100. Dans ces conditions, lorsque vous perdez plus de 30 p. 100 de vos revenus bruts, il est très difficile d'assurer le même niveau de service aux salles de cinéma de par le pays. Vous ne pouvez tout simplement pas faire face à des frais généraux de ce genre. Rien ne garantit qu'un réalisateur va nécessairement réussir à négocier de façon satisfaisante de sorte que ces films deviendront automatiquement disponibles au Canada ou disponibles dans les mêmes délais. Vu les réalisations de la technologie actuelle et vu toute la concurrence que nous font le théâtre, les magnétoscopes à la maison, la télévision payante et la télévision, nous craignons sérieusement le risque accru de piratage de films et de bandes magnétoscopiques.

Nous avons consacré des sommes considérables et beaucoup de temps à essayer d'exercer un certain contrôle afin d'éviter le piratage des bandes magnétoscopiques et ce à l'avantage de tous les fournisseurs, qu'ils soient américains ou canadiens. Or ce risque deviendrait beaucoup plus concret si l'on permettait ce genre d'éparpillement.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you very much for your comments.

Le président: Je regrette de devoir mettre fin à votre intervention, mais le temps que nous vous avons réservé est écoulé. Nous vous remercions de votre patience et de votre aide, messieurs, et nous vous remercions d'être

[Text]

advise you that we will probably give you at least one written question on the three-plus-one package, that importation question you alluded to in your written brief. Thank you very much.

We will now call the Ontario Cable Telecommunications Association. Its president is L.B. Smith. Good afternoon, Mr. Smith. We welcome you. We apologize for keeping you waiting. We are looking forward to hearing what you have to tell us, and I am sure you are looking forward to our questions.

Mr. L.B. Smith (President, Ontario Cable Telecommunications Association): Mr. Chairman and members of the committee, I have with me today Dick Moody, the executive director of our association.

I would like to preface my remarks with just a few items of background, with which you may already be familiar. However, I believe it is important to place our presentation in the proper context.

OCTA represents 135 cable companies who serve over 2.4 million basic cable subscribers in Ontario. Our members are well acquainted with the fact that even within a single province wide differences exist in demographics, economic conditions, entertainment alternatives and licence cable rates. Therefore, cable companies acting within the general framework provided by the commission must have the flexibility to price and package a product to best meet the needs of individual communities.

Cable television companies are privately and publicly owned entities with three primary interests at heart. The first is to be financially viable as private sector participants in the Canadian broadcasting system. Secondly, we must fill our subscriber's needs for cost-effective access to the best and most varied selection of programming and non-programming services available. Finally, we are committed to supporting the Canadian broadcast system as a healthy entity and to featuring elements of the Canadian broadcast system prominently among the selection of programming services made available to subscribers.

• 1715

It is not surprising that financial viability should be our first priority, since without it nothing else is possible. Our second priority of meeting the needs of our subscribers is related to our financial viability but has a long-term focus and impact. While we might be able to meet the payroll today, if we fail to recognize our subscribers' needs and the alternative avenues to meet them that are increasingly at their disposal, we place our future financial viability in serious jeopardy. Our third priority of assisting the Canadian broadcast system is closely related to our first two priorities. The cable

[Translation]

venus aujourd'hui. Avant votre départ, je dois vous dire que nous vous donnerons probablement au moins une question écrite sur le bloc trois plus un, cette question importante à laquelle vous avez fait allusion dans votre mémoire. Merci beaucoup.

Nous entendrons maintenant la *Ontario Cable Telecommunications Association*. Le président de l'association est M. L.B. Smith. Bonjour monsieur Smith. Je vous souhaite la bienvenue. Nous nous excusons de vous avoir fait attendre. Nous avons hâte d'entendre ce que vous avez à nous dire et je suis persuadé que vous avez hâte de répondre à nos questions.

M. L.B. Smith (président, Ontario Cable Telecommunications Association): Monsieur le président, mesdames et messieurs du Comité, le directeur général de notre association, M. Dick Moody, m'accompagne aujourd'hui.

En guise d'introduction, j'aimerais vous parler un peu des antécédents de notre association que vous connaissez peut-être d'ailleurs déjà. Toutefois, je pense qu'il est important de donner le contexte de notre exposé.

L'OCTA représente 135 entreprises de câblodiffusion qui desservent plus de 2,4 millions d'abonnés au service de base en Ontario. Nos membres savent pertinemment que même au sein d'une même province, il existe de grandes différences en ce qui concerne la démographie, les conditions économiques, les choix de divertissements et les taux de licence. Ainsi les câblodistributeurs doivent jouer, dans le contexte plus général que règlemente le Conseil, de la souplesse nécessaire leur permettant de fixer le prix du produit qui répond le mieux aux besoins de chaque localité.

Qu'elles soient privées ou publiques, les entreprises de câblodistribution ont à coeur trois intérêts principaux. D'abord elles cherchent la rentabilité financière comme participants du secteur privé dans le réseau canadien de télédiffusion. Il nous faut en deuxième lieu répondre aux besoins de nos abonnés qui recherchent l'efficacité dans l'accès à la meilleure gamme d'émissions et aux autres services disponibles. En dernier lieu, afin de favoriser son épanouissement, nous nous sommes engagés à appuyer le réseau canadien de télédiffusion et à offrir la première place aux éléments de ce système au sein du choix de services que nous offrons à nos abonnés.

Il n'est pas surprenant que notre première priorité soit la rentabilité financière, car autrement, rien n'est possible. Notre deuxième priorité, répondre aux besoins de nos abonnés, est liée à notre rentabilité financière, mais c'est à long terme qu'il faut envisager nos efforts et leurs répercussions. Même si nous avons l'argent nécessaire pour nous acquitter de nos obligations aujourd'hui, si nous ne tenons pas compte des besoins de nos abonnés, et des moyens que ceux-ci pourraient utiliser, et ce, de plus en plus, pour y répondre, nous compromettons sérieusement notre rentabilité financière future. En

[Texte]

television regulations set out a number of responsibilities that cable operators must fulfil. These are major contributions to both the economic health of the Canadian broadcast system and Canadians' exposure to it. Through cable carriage, Canadian service has received the following benefits:

1. The most favourable channel placements, in terms of both technical quality and most-likely-to-be-viewed locations.
2. Extension of reach to increase audience size and precipitate advertising revenue. This is most significant for Canada's UHF broadcasters.
3. Simultaneous substitution, which adds tens of millions of dollars to broadcaster advertising revenues annually and repatriates Canadian viewers.

To some degree now, and to an increasing degree in the future, cable can provide access to viewers on an exclusive basis, eliminating the need for some broadcasters to maintain costly over-the-air transmitters. Several provincial educational networks now reach their viewers exclusively by cable.

In addition to the specific benefits provided to broadcasters, cable acts on behalf of the Broadcast Production Fund to collect what will soon approach \$100 million annually from subscribers. All but the very smallest cable companies maintain and encourage local community participation in the programming of community channels. This requires an aggregate investment of upwards of \$50 million a year.

In summary, cable is an integral part of the Canadian broadcast system. Our ability to carry out this important role depends on our economic strength in combination with our freedom to adapt to our subscribers' increasing demands for higher quality and greater choice.

Our comments with respect to the non-legislative aspects of the task force report will be presented in the context of our preceding remarks. Not surprisingly, then, we find recommendation number 16.10, which would prohibit all but public broadcasters to carry U.S. FM stations, to be unnecessarily restrictive and an affront to Canadians, who, we would argue, would rather have the option to use these services. As indicated earlier, Canadian broadcasters receive priority carriage, and therefore U.S. FM services are carried on a cable system only if channels are still available after placement of all locally received AM and FM Canadian stations. Also, as a practical matter, only about 2% of cable subscribers receive their FM audio programming via cable. Therefore,

[Traduction]

troisième lieu, notre désir d'aider le système canadien de télédiffusion est étroitement lié à nos deux premières priorités. La réglementation en matière de câblodistribution définit plusieurs responsabilités dont les exploitants doivent s'acquitter. Il nous faut contribuer dans une large mesure à la rentabilité économique du système canadien de télédiffusion et y exposer les Canadiens. Grâce à la câblodistribution, le système canadien jouit des avantages suivants:

1. La meilleure position des canaux, tant sur le plan de la qualité technique que du meilleur emplacement.
2. L'extension des réseaux afin d'augmenter le nombre d'abonnés et ainsi générer des recettes publicitaires. C'est tout particulièrement le cas des télédiffuseurs canadiens qui se servent de l'ultra-haute fréquence.
3. La substitution simultanée, qui augmente de dizaines de millions de dollars les recettes publicitaires annuelles des télédiffuseurs et qui permet de récupérer des téléspectateurs canadiens.

Jusqu'à un certain point déjà, et encore plus à l'avenir, le câble donnera un accès exclusif aux téléspectateurs, évitant à certains télédiffuseurs la nécessité de maintenir des transmetteurs directs coûteux. Plusieurs réseaux éducatifs provinciaux servent leur public exclusivement déjà par câble.

Outre les services précis que nous offrons aux télédiffuseurs, le câble perçoit pour le compte du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes des droits auprès des abonnés qui toucheront bientôt les 100 millions de dollars par année. Toutes les entreprises de câblodistribution, sauf les plus petites, encouragent la participation communautaire à la programmation destinée aux postes communautaires. Et pour ce faire, il faut un investissement global de plus de 50 millions de dollars par année.

En bref, la câblodistribution fait partie intégrante du système canadien de télédiffusion. Pour pouvoir continuer à jouer ce rôle important, il nous faut maintenir notre force économique et la liberté qui nous permet de nous adapter aux exigences toujours plus grandes de nos abonnés, qui réclament une meilleure qualité et un plus grand choix.

C'est dans le contexte de ces remarques que nous voulons maintenant aborder les aspects non législatifs du rapport du groupe de travail. Vous ne serez pas surpris d'apprendre que nous trouvons que la recommandation 16,10, en vertu de laquelle il serait interdit à tous, sauf aux radiodiffuseurs publics, de retransmettre les stations MF américaines, est inutilement restrictive et que nous estimons que c'est un affront fait aux Canadiens, lesquels, à notre avis, préfèrent avoir l'option d'utiliser ces services. Comme nous l'avons dit précédemment, nous transmettons en priorité les services canadiens, et, par conséquent, ce n'est que si un canal est disponible après l'attribution de positions à toutes les stations locales canadiennes MA et MF que nous retransmettons les

[Text]

we believe this recommendation to be of little practical significance; however, it is objectionable that it proposes to prevent Canadians from exercising freedom of choice.

Recommendation number 17.3 provides for the continuation of simultaneous substitution. OCTA recognizes the financial significance of this measure to the Canadian broadcast system, and in general we agree with the task force recommendation. However, there are two aspects of simultaneous substitution that increasingly shortchange our subscribers. We believe these ought not to continue indefinitely. The first such aspect is that of stereo audio broadcasting. Increasing numbers of our subscribers are purchasing television receivers capable of receiving stereo broadcasting; not surprisingly, these subscribers, having made a substantial investment in order to receive a higher quality product, are frustrated when simultaneous substitution eliminates the stereo signal where a U.S. originated program is in stereo but the Canadian equivalent is not. Similarly, a U.S. broadcast may contain closed captioning for the hearing impaired, while the Canadian broadcast may lack this feature.

• 1720

The effect of simultaneous substitution in both these instances is to provide Canadian viewers with a lower quality or less useful version of the program than would be available to them by non-cable methods of reception. After a reasonable adjustment period, we believe the right of substitution should cease to be available to Canadian broadcasters unless the program transmission in question contains the same added value as its U.S. counterpart that is to be replaced.

Recommendation 17.6 suggests that the CRTC should take steps to prevent local broadcasters from adapting a more regional or even national approach. Our input would be that this recommendation may be at cross-purposes with the task force report's objective for Canadian broadcasters to generate more and higher quality programming. Perhaps the way for broadcasters to maintain the economic viability necessary to support greater and higher quality program production will be to address themselves to larger markets and to do it in ways which take full advantage of satellite distribution and labour-saving uses of retransmission.

As I indicated earlier, the cable industry spends in the order of \$50 million annually operating local community channels on a non-profit basis. We are proud of our efforts in this area and in the improvements that have been made and continue to be made. We also believe that

[Translation]

stations MF américaines. D'ailleurs, sur le plan pratique, environ 2 p. 100 seulement des abonnés du câble captent la radio MF par câble. Par conséquent, nous pensons que cette recommandation a peu d'importance sur le plan pratique; toutefois, nous nous y opposons, puisqu'elle vise à empêcher les Canadiens d'exercer leur liberté de choix.

La recommandation 17,3 prévoit le maintien de la substitution simultanée des émissions. L'OCTA comprend l'importance financière de cette mesure pour le système canadien de télédiffusion et, d'une façon générale, nous approuvons cette recommandation du groupe de travail. Toutefois, deux aspects de cette substitution briment de plus en plus nos abonnés. Nous pensons qu'il ne faut pas continuer ainsi indéfiniment. Nos abonnés y perdent tout d'abord dans le cas de la radiodiffusion stéréophonique. Un nombre toujours plus grand de nos abonnés se procurent des téléviseurs capables de capter des signaux stéréophoniques; rien de surprenant, donc, à ce que ces abonnés, après avoir fait un investissement considérable pour obtenir un produit de qualité supérieure, se sentent frustrés lorsque la substitution simultanée efface le signal stéréophonique de l'émission américaine originale pour le remplacer par l'équivalent canadien, qui n'est pas diffusé en stéréophonie. Il arrive également que les émissions américaines soient sous-titrées pour les malentendants, mais que l'émission canadienne n'offre pas ce même service.

Dans ces deux exemples, la substitution simultanée entraîne pour le téléspectateur canadien le visionnement d'un produit de qualité inférieure et de moins grande utilité que ce qu'il pourrait voir s'il pouvait capter directement l'émission. Après une période raisonnable d'adaptation, nous pensons qu'il faudrait mettre fin aux droits de substitution dont peuvent se prévaloir les télédiffuseurs canadiens à moins qu'ils ne retransmettent des émissions de la même valeur que les émissions américaines qu'ils remplacent.

La recommandation 17.6 propose que le CRTC oriente son action de façon à empêcher les radiodiffuseurs locaux d'adopter une approche plus régionale ou même plus nationale. Or, nous pensons que cette recommandation va à l'encontre de l'objectif du rapport du groupe de travail, c'est-à-dire que les télédiffuseurs canadiens doivent produire des émissions de plus grande qualité en plus grand nombre. Les télédiffuseurs pourraient peut-être atteindre une rentabilité suffisante pour leur permettre d'augmenter la réalisation d'émissions de plus grande qualité s'ils avaient accès à de plus grands marchés et ce, justement en tirant pleinement partie de la distribution par satellite et de la retransmission qui demande un personnel moins nombreux.

Comme je l'ai dit précédemment, les entreprises de câblodistribution dépensent 50 millions de dollars par année à exploiter, sans espoir de bénéfices, des canaux locaux communautaires. Nous sommes fiers de nos efforts et des améliorations présentes et futures. Nous pensons

[Texte]

the community channel may very well be suited to filling any void left by the necessary migration of currently local broadcasters to broader more regional orientations.

We do not share the concern of the task force report for community channel access or the need to separate and separately license the community channel. There is little concrete evidence presented in the report that could justify such a recommendation.

Turning to the subject of the tiering of cable-delivered services, the task force report suggested that the basic package of services a subscriber can buy be rearranged so the U.S. three-plus-one networks would only be available along with the Canadian specialty services at an additional cost in a second tier and that general-interest paid television or movie services and U.S. specialty services be available at a further fee in a third tier.

While this proposal is quite a significant change from current practice where subscribers have come to expect the U.S. three-plus-one networks as part of the basic service, it nevertheless may be acceptable in some communities under certain circumstances. However, specific methods of packaging, such as those pointed out in the task force report, cannot and should not be expected to be universally applicable or acceptable.

The evolution of packaging of services has progressed considerably in the past 18 months. The exhaustive exploration of this subject at the recent CRTC hearing to consider new specialty services clearly indicated that the issue is far from simple.

Our position is that different tiering or packaging arrangements may work well under certain circumstances in one community, whereas a different approach may be suitable for another community. We believe these specifics should not be rigidly regulated. The local cable company should be permitted the flexibility within the current regulations to package services according to the needs of the community at hand.

The provision of service to underserved areas is a matter of interest to our members. A number of our northern Ontario members are working with the government of Ontario TENO program to provide cable service to approximately 100 previously uncabled communities in the north. My company has been active in bringing cable to small communities in southern and central Ontario.

Many other examples exist. The task force report cited the importance of achieving the lowest possible cost for the delivery of the Cancom package of signals to small and remote communities and our members echo this concern. Cancom has embarked on many innovative variations of its original market product. We applaud the

[Traduction]

aussi que les canaux communautaires permettent de combler les vides laissés par le départ du personnel local actuel vers de plus grands centres régionaux.

Nous ne partageons pas l'inquiétude exprimée dans le rapport du groupe de travail à savoir qu'il faut protéger l'accès au canal communautaire ou qu'il est nécessaire d'octroyer séparément des licences à un poste communautaire. On trouve peu de motifs probants dans le rapport pour justifier une telle recommandation.

Pour parler maintenant de l'étalement des services de câble, il est proposé dans le rapport du groupe de travail que le volet de base des services offerts à un abonné soit organisé de façon à ce que l'on ne puisse se procurer le bloc des trois plus un américain que de concert avec les services spécialisés canadiens, pour un supplément, dans le deuxième volet et que pour un autre supplément, l'abonné puisse obtenir dans le troisième volet les services de télévision payante offrant des films et les services spécialisés américains.

Bien que cette proposition s'éloigne de façon marquée de la pratique actuelle, c'est-à-dire que les abonnés s'attendent maintenant dans le cadre du service de base, au service trois plus un américain, et, cette formule pourrait être acceptable dans certaines localités, dans certaines circonstances. Toutefois, il ne serait être question de s'attendre à ce que les méthodes précises préconisées dans le rapport soient universellement applicables ou acceptables.

La présentation des services a considérablement évolué au cours des 18 derniers mois. L'examen approfondi de cette question, lors des audiences récentes du CRTC qui examinait les nouveaux services spécialisés, montre clairement que cette question est loin d'être simple.

Nous estimons que différentes dispositions d'étalement peuvent donner de bons résultats, dans certaines circonstances, dans une localité, alors qu'il convient d'adopter une approche différente ailleurs. Nous croyons qu'il ne faut réglementer rigidelement et imposer des modalités précises. Le câblodistributeur local devrait jouir, dans le cadre de la réglementation actuelle, de la souplesse nécessaire pour étaler ses services selon les besoins de sa localité.

Les services dans les régions mal desservies intéressent nos membres. Plusieurs de nos membres du nord de l'Ontario travaillent de concert avec le gouvernement de l'Ontario dans le cadre de son programme TENO en vue de fournir les services de câblodistribution dans environ 100 localités sans services actuellement dans le Nord. Justement mon entreprise a joué un rôle dans l'installation du câble dans les petites localités du sud et du centre de l'Ontario.

Il existe de nombreux autres exemples. On cite dans le rapport du groupe de travail l'importance d'offrir les signaux Cancom, au coût le plus bas possible, aux localités petites et éloignées; nos membres ont cette même préoccupation. Cancom a apporté de nombreuses innovations à son produit originel. Nous nous réjouissons

[Text]

pioneering Cancom has done in the belief that the sharing of the fixed costs required to serve the core market will eventually result in lower costs to that market.

As allied businesses become profitable those profits will have the effect of cross-subsidizing the cost of providing service to small and remote cable markets. We believe the CRTC should clearly establish the principles by which such costs and profit allocation between Cancom and separate businesses will impact the regulated rate base.

As for the task force's recommendation regarding the establishment of a non-profit organization that would essentially form a gateway for the distribution of the U.S. three-plus-one networks, we find it unlikely that our subscribers would accept the wholesale rearrangement of familiar off-air available services in order to conform to a centrally-controlled standard version of these networks. This suggestion would involve a heavy-handed abuse of the subscriber's right to choose and would weaken cable's ability to repatriate viewers to the Canadian broadcast system. We believe that as this suggestion is somewhat naive as to its acceptability by subscribers, it should receive no further serious consideration.

• 1725

Finally, however, probably most importantly from our viewpoint, we would like to stress to the committee that the cable industry, despite its hardware oriented name, is more about software than it is about hardware. The cable industry is about the packaging and marketing of programming services, the programming of the community channel, and the development of and delivery of non-programming services. We have a large hardware element to be sure; however, it is important to recognize that this hardware is continually evolving.

We have progressed from being capable of offering subscribers a handful of channels to the current situation where our members are rebuilding their networks to be able to carry 50, 60, or 70 channels. In the future, no doubt many of these channels will be used increasingly for data delivery to or from the home, for enhanced quality programming such as HDTV, and hopefully alternative means of programming delivery such as pay-per-view. We expect the technology will continue to evolve, and that where it makes economic sense fiberoptic cable will be used in Canada as it is beginning to be used by some U.S. cable operators.

We urge the committee to avoid the temptation to establish a policy framework that anoints a particular technology as desirable over others. Technologies are mere means to ends rather than ends in themselves. The cable industry will adopt any and all means of carrying out its role as a creator, packager, and marketer of services, both programming and non-programming. This

[Translation]

du terrain exploré par Cancom qui s'est fondé sur l'idée que la répartition des frais généraux engagés pour desservir un marché central entraîneront à plus long terme des coûts inférieurs dans ce marché.

Au fur et à mesure que des entreprises associées deviendront rentables, les bénéfices ainsi réalisés pourront servir à subventionner le coût du service dans des marchés plus petits et plus éloignés. Nous croyons que le CRTC devrait énoncer clairement les principes en fonction desquels ces coûts et ces bénéfices répartis entre Cancom et d'autres entreprises peuvent jouer sur le tarif de base tel que réglementé.

En ce qui concerne la recommandation du groupe de travail visant la création d'un organisme à but non lucratif qui constituerait essentiellement un bras de distribution des réseaux trois plus un américains, il est fort peu probable, à notre avis, que nos abonnés acceptent un remaniement global des services hors programmation qu'ils connaissent afin de se conformer à la distribution normalisée de ces réseaux. Cette proposition entraînerait un abus malencontreux du droit que possède l'abonné de choisir tout en diminuant la capacité des câblodistributeurs de ramener les téléspectateurs au réseau canadien de radiodiffusion. Vu l'aspect naïf de cette proposition, quant à sa possibilité d'être acceptée par les abonnés, elle ne devrait pas être sérieusement retenue.

Enfin, la chose qui nous semble être probablement la plus importante, c'est de signaler au Comité que la câblotvision, quoique son appellation rappelle ses équipements, porte davantage sur le logiciel. La câblotvision, c'est la préparation et la mise en marché des services de programmation, la programmation d'un canal communautaire et la création et la fourniture de services non liés à la programmation. Nous avons des équipements importants, bien entendu, mais il ne faut pas oublier que ces équipements ne cessent d'évoluer.

Alors qu'au début nous offrions aux abonnés une poignée de canaux, nous pouvons désormais leur offrir un réseau pouvant comporter de 50 à 60 ou 70 canaux. À l'avenir, il est évident que beaucoup de ces canaux serviront de plus en plus à l'acheminement de données vers le foyer ou de celui-ci vers l'extérieur, à l'enrichissement qualitatif de la programmation, comme en fait foi HDTV et à des modalités optionnelles de programmation, espère-t-on, comme les spectacles payants. Nous croyons que la technologie va continuer à évoluer, et que les fibres optiques seront utilisées au Canada, là où la chose est rentable, comme elles le sont déjà aux États-Unis, par plusieurs câblodistributeurs.

Nous exhortons le Comité à éviter la tentation d'établir un cadre stratégique qui donnerait à une technologie un caractère plus souhaitable qu'à ses concurrentes. La technologie n'est qu'un moyen d'arriver au but, non une fin en soi. La câblotvision va adopter d'emblée toute technologie lui permettant de jouer son rôle quant à la création, à la préparation et à la mise en marché de

[Texte]

is our essence: to hope that any future policy framework will be sufficiently flexible to allow our members to continue to explore this broad mandate without artificial restrictions.

We would be pleased to respond to any questions you might have. Thank you.

The Chairman: Thank you very much, Mr. Smith. To begin our questioning, Ms McDonald, please.

Ms McDonald: I have a variety of questions on several different subject areas, so I would appreciate it if you could cope with them quickly and succinctly.

Should cable system operators be required to make available the French television services of the CBC? How about TVA and Quatre Saisons, a parliamentary channel in French? What should the policy be?

Mr. Smith: Of course some of those are required now by regulation. Certainly the CBC and... Did you mention TVO? I think you did.

Ms McDonald: No, it was TVA and Quatre Saisons. We hear from people in small communities where there are not large numbers of francophones that they have trouble getting service.

Mr. Smith: Would this be across the country? Could you kind of limit your question a bit? Is it a general thing across Canada what you are asking?

Ms McDonald: This has happened in a variety of places in Canada. Are you saying it does not happen in Ontario, that there would be...?

Mr. Smith: I am thinking of Ontario where by regulation we carry the CBC French and we carry the TVOntario French.

Mrs. Finestone: Could I put a remark in there? In Thunder Bay, when the committee was there, what Ms McDonald is perhaps referring to is Maclean Hunter received an exemption to carry *La Chaine Française*, which is the TVO French network. Why would they be entitled to an exemption—if I may paraphrase what you are saying—in an area where there is a significant number of francophones, over 5,000?

Mr. Smith: Would you mind if I ask a question of fact? Was it a blanket exemption or an exemption from carrying it on the basic band?

Mrs. Finestone: I believe on the basic band. I could stand to be corrected by my colleagues.

Mr. Smith: I would be surprised if it was a total exemption. A number of cable operators who do not operate in the areas outlined by the Ontario government as being specified for receiving priority carriage in French were able to receive carriage other than on the basic band. But within the area, such as Toronto, Hamilton, the Ottawa area, the Sudbury area, any place where the penetration of the francophone community reached 10%

[Traduction]

services liés ou non à la programmation. En un mot, nous espérons que tout cadre stratégique futur sera suffisamment souple pour permettre à nos membres de continuer à remplir leur vaste mandat sans que des restrictions artificielles ne leur soient imposées.

Nous sommes à votre disposition, si vous avez des questions à nous poser. Merci.

Le président: Merci bien, monsieur Smith. Je commence par M^{me} McDonald.

Mme McDonald: J'ai diverses questions qui portent sur divers sujets, je vous saurais gré d'y répondre brièvement et succinctement.

Devrait-on obliger les câblodistributeurs à fournir les services de télévision en français de Radio-Canada? Quant à TVA et Quatre Saisons, et quant à un canal parlementaire en français, quelle devrait être la politique?

M. Smith: Dans certains cas les règlements l'exigent déjà. Certes, pour Radio-Canada et... Avez-vous mentionné TVO? Je le crois.

Mme McDonald: Non, c'est TVA et Quatre Saisons. Les gens qui habitent dans de modestes localités nous disent que, vu le petit nombre de francophones, ils ont du mal à obtenir un tel service.

M. Smith: Serait-ce pour tout le Canada? Vous ne pourriez pas limiter un peu la portée de votre question? Ce que vous demandez, est-ce pour tout le Canada?

Mme McDonald: Cela s'est produit en divers endroits au Canada. Croyez-vous que cela ne se produise pas en Ontario, qu'il y aurait...?

M. Smith: Je pensais justement à l'Ontario, où, en vertu du Règlement, nous diffusons Radio-Canada et TVOntario en français.

Mme Finestone: Puis-je intervenir? A Thunder Bay, lorsque le Comité y était, Mclean Hunter a été exempté de diffuser «la chaîne française», c'est-à-dire TVO en français; peut-être que c'est à cela que M^{me} McDonald faire allusion. Pourquoi Mclean Hunter aurait-il droit à une telle exonération—si je puis reprendre vos propres termes, là où se trouvent un nombre important de francophones, plus de 5,000?

M. Smith: Puis-je vous demander une mise au point? S'agit-il d'une exonération globale ou bien d'une exonération qui s'applique à la bande de base?

Mme Finestone: A la bande de base, je crois. Mes collègues peuvent me rectifier, le cas échéant.

M. Smith: Je serais étonné qu'il s'agisse d'une exemption globale. Un certain nombre de câblodistributeurs, qui ne sont pas établis dans les régions où le gouvernement de l'Ontario estime que les émissions françaises doivent avoir les priorités, peuvent diffuser ailleurs que sur la bande de base. Toutefois, dans certaines agglomérations, comme Toronto, Hamilton, Ottawa et Sudbury, lorsque la collectivité francophone atteint 10 ou

[Text]

or 5%, or 5,000 in total numbers, would not be allowed that exemption. That was specifically directed toward—

Mrs. Finestone: [*Inaudible—Editor*]

Mr. Smith: Yes, 14 or above. That is right.

• 1730

Ms McDonald: But what we are concerned about is policy-making. Of course, people in small communities feel particularly isolated; and even if their numbers are small, they feel the need to have this contact very greatly. Do you feel that they should have that right? Should this be a requirement?

Mr. Smith: It is a matter of balance. The issue Mrs. Finestone mentioned was one of trying to balance the needs of the francophone community and those of the anglophone community. In the Thunder Bay example, that service is still available, and the real issue is whether a converter is required. Anybody who has a cable-ready set, anybody who has a converter has equal access to that service as anyone else. So that is still available.

Ms McDonald: With an extra price to be paid. How would francophone subscribers know that they could even make a request? Do you provide any information so they know that this can at least be considered in smaller communities?

Mr. Smith: Again, every cable operator in Ontario is carrying two French channels.

Ms McDonald: Yes, but we are talking about the parliamentary channel, TVA, Quatre Saisons. We are getting beyond two.

Mr. Smith: And would they be available by satellite? Is that what you are saying? Across Canada.

Ms McDonald: You are dealing only with Ontario, so I am just asking about Ontario.

Mr. Smith: Again, it is a question of balancing. If you are carrying those channels, to the extent you would carry them on the basic band, then since there is a fixed number you are not carrying other channels. So again you are trying to balance the needs of one community against the other. The Ontario government, for one, has come up with a means of distinguishing between those that are heavily francophone and those that are not, and that has worked quite well. So there has to be some sensitivity to the demographics in that community so as to have a balance.

Ms McDonald: Moving to another area, if retransmission rights were implemented, assuming the same level of payment as in the United States, would there be a reduction in the number of distant stations you would carry?

[Translation]

5 p. 100, sinon 5,000 habitants, aucun exploitant ne peut jouir d'une telle exonération. Cette dernière vise strictement. . .

Mme Finestone: [*Inaudible—Éditeur*]

M. Smith: Oui, 14 ou plus. C'est exact.

Mme McDonald: Mais ce qui nous intéresse, c'est l'élaboration des politiques. Bien sûr, les habitants de petites localités se sentent particulièrement isolés, et quoique leur nombre soit modeste, ils ressentent énormément le besoin d'un tel contact. N'estimez-vous pas qu'ils devraient jouir de ce droit? Ne devrait-on pas l'exiger?

M. Smith: C'est une question d'équilibre. La question que M^{me} Finestone a soulevée, c'est celle d'équilibrer le besoin respectif des collectivités francophones et anglophones. A Thunder Bay, par exemple, le service est toujours fourni et la question se limite à la nécessité d'un convertisseur. Quiconque est abonné et possède un convertisseur a accès d'emblée à ce service. Il est donc encore fourni.

Mme McDonald: Oui, si l'on verse un montant supplémentaire. Comment les abonnés francophones savent-ils qu'ils doivent en faire la demande? Est-ce que vous fournissez ce renseignement, pour qu'ils puissent savoir que ce service puisse être, à tout le moins, envisagé dans les petites localités?

M. Smith: Encore ne fois, tous les câblodistributeurs établis en Ontario doivent comporter deux canaux en français.

Mme McDonald: Bien, mais nous parlons du canal parlementaire, de TVA, de Quatre Saisons. C'est plus de deux.

M. Smith: Et seraient-ils fournis par satellite? Est-ce là votre pensée? Par tout le Canada?

Mme McDonald: Vous ne parlez que de l'Ontario, ma question ne porte donc que sur l'Ontario.

M. Smith: Encore une fois, c'est une question d'équilibre. Si l'on se sert de ces canaux sur la bande de base, il est évident que cela réduit le nombre de canaux disponibles, le nombre étant fixe. Il faut donc chercher à équilibrer les besoins respectifs des diverses localités. Pour sa part, le gouvernement de l'Ontario fait la distinction entre les localités fortement francophones et celles qui ne le sont pas; jusqu'ici, tout cela a bien marché. Il faut donc être conscient des aspects démographiques de la question, pour en arriver à un équilibre entre les localités.

Mme McDonald: Je passe à un autre sujet; si les droits de retransmission sont mis en vigueur, en supposant qu'ils soient au même niveau qu'aux États-Unis, est-ce que vous diminueriez le nombre de stations éloignées que vous diffusez?

[Texte]

Mr. Smith: You say the same number, the same dollar value as in the United States?

Ms McDonald: If you had to pay retransmission rights, would you be carrying the same number of stations, or would you drop some?

Mr. Smith: In Ontario really what you are talking about would be the importation of Cancom signals. I believe those would be the ones affected by that, and that added cost could seriously affect our members, in the north particularly, where the costs are already very high and where it is not so much a matter of their own costs but the fact that, when translated into a price, that price is so high now as to be resisted by subscribers naturally. It is getting into the plus-\$20 mark per month. So that copyright fee obviously would be passed on to subscribers, and at those rates it could seriously affect the penetration of cable systems and therefore their ability to cope. In southern Ontario it is not quite the issue, because there is not that importation of distant signals if you are excluding the ones available off-air—in Toronto-Buffalo, for example.

Ms McDonald: You have a promotional channel. To what extent is it used to promote American television services and programs? Should it be used to promote Canadian broadcasting?

Mr. Smith: I cannot speak for everyone, but I believe that to a very large extent it is used to promote Canadian programs. It is used to promote probably First Choice heavily; it is used to promote TSN, MuchMusic. It is used to some extent for the U.S. specialty services, but I would hazard a guess that it is used 75% for the Canadian services.

Ms McDonald: First Choice is a Canadian service? Only partially.

Mr. Smith: It is a Canadian licensed service.

Ms McDonald: Well, when we talk about Canadian programming.

Mr. Smith: Then, to the extent First Choice is carrying Canadian programming, that would be included.

Ms McDonald: My question was should it be used to promote Canadian programming. I am asking about what should be done.

Mr. Smith: Sure, I guess so. But I think it is now. It is being used to promote three Canadian licensees that—

Ms McDonald: I am not talking about necessarily licensees. If the licensee is carrying American movies, then it is promoting American movies.

[Traduction]

M. Smith: S'il s'agit du même nombre, des mêmes droits qu'aux États-Unis?

Mme McDonald: Si vous devez verser des droits de retransmission, allez-vous garder le même nombre de stations, ou bien allez-vous en retrancher quelques-unes?

M. Smith: En Ontario, il s'agit, somme toute, de l'importation des signaux de Cancom. Ce sont ces signaux, je crois, qui seront touchés par une telle mesure, et la hausse des coûts pourrait être néfaste à nos abonnés, surtout dans le Nord, où les coûts sont déjà particulièrement élevés et, par conséquent, lorsque ces coûts se reflètent dans les prix, les abonnés rechignent, bien entendu. Le prix pourrait atteindre plus de 20\$ par mois. Il est évident que ces droits d'auteur seraient transmis aux abonnés, mais des taux aussi élevés pourraient nuire aux possibilités de pénétration des câblodistributeurs et partant à la possibilité de soutenir la concurrence. Dans le sud de l'Ontario, cette question revêt moins d'importance car il n'y a pas d'importation de signaux éloignés, mis à part les signaux non herziens, comme dans la région de Toronto-Buffalo, par exemple.

Mme McDonald: Vous avez un canal pour la promotion. Dans quelle mesure vous en servez-vous pour faire connaître les services et les émissions de la télévision américaine? Ne faudrait-il pas les utiliser pour les émissions canadiennes?

M. Smith: J'ignore ce que les autres font, mais je crois qu'on l'utilise dans une très grande mesure pour faire connaître les émissions canadiennes. En toute probabilité, il sert à la promotion de *First Choice*, surtout, mais aussi de TSN et de *MuchMusic*. On y fait parfois mention des services spéciaux américains, mais si j'avais à faire une estimation, je dirais que c'est 75 p. 100 pour les services canadiens.

Mme McDonald: *First Choice* est un service canadien? Seulement en partie.

M. Smith: C'est un service qui détient un permis canadien.

Mme McDonald: Enfin, nous parlons ici des émissions canadiennes.

M. Smith: Alors, dans la mesure où *First Choice* diffuse des émissions canadiennes, cela pourrait être inclus.

Mme McDonald: Ma question, c'est comment se servir de ce canal pour la promotion des émissions canadiennes. Je vous demande ce que l'on devrait faire.

M. Smith: Certes, je le pense bien, mais je crois que cela se fait déjà. On emploie ce canal pour promouvoir des émissions de trois détenteurs de permis canadiens qui...

Mme McDonald: Je ne parle pas nécessairement de détenteurs de permis. Si ces derniers diffusent des longs métrages américains, alors ils promouvoient des longs métrages américains.

|Text|

|Translation|

• 1735

Mr. Smith: I guess the answer you are looking for is that we are very open to suggestions in that area. There is no limitation. There is no unwillingness to promote Canadian programming. We thought we were.

Ms McDonald: We have had representations in a number of parts of the country about the problem of fragmentation: cable going into advertising, the future difficulties of private broadcasters, and our concern to increase Canadian content, which means they have to have money to pay for Canadian programming. What is your response to the perceived threat on the part of private broadcasters that their ability to produce Canadian programming will be seriously hurt by fragmentation in advertising, especially if you start to move into their markets?

Mr. Smith: I think I addressed that a bit in the presentation. Whatever policy is eventually established has to recognize that the world is changing and that to some extent the efficiencies that are going to be needed to allow broadcasters to create that Canadian product... they are going to have to be allowed to take advantage of efficiencies. Those may be regionalization. Those may be labour-saving efficiencies by using essentially repeaters in some locations, rather than having actual people there. I think the idea of having local staff doing local programming at every single location may be something that just cannot be sustained, given the responsibilities broadcasters are being asked to shoulder.

I am sympathetic to their needs, and I think policy has to be sympathetic to those needs too. We cannot expect them to produce high-quality programming yet somehow be so totally inefficient that it makes that responsibility impossible.

Ms McDonald: So cutting out local programming might be the better answer, in your view?

Mr. Smith: I am not saying to cut it out, necessarily. I am just saying one of the possibilities, one of the possible solutions, is to recognize that the cable industry, with its community channel, which is there anyway, operating on a non-profit basis, could to some extent provide the local connection. To some extent we are doing that now. There are many communities where—

Ms McDonald: Things such as local news and public affairs?

Mr. Smith: Yes.

Ms McDonald: With volunteers, as opposed to professional people?

Mr. Smith: Not necessarily volunteers, but to some extent. It depends on the community. Right now, today, I can give you lots of examples. For example, our company operates in Oakville-Burlington. There is no local station in Oakville-Burlington, and there is no way anyone can

M. Smith: La réponse que vous recherchez, j'imagine, c'est que nous restions ouverts à toute proposition dans ce domaine. Mais il n'y a pas de restriction. Personne ne s'oppose à la promotion des émissions canadiennes. J'ai pensé que nous le faisions.

Mme McDonald: Nous avons recueilli des instances dans divers endroits du Canada au sujet du problème de la fragmentation: la réclame à la câblovision, les problèmes futurs des radiodiffuseurs privés, et notre volonté d'augmenter le contenu canadien, ce qui signifie qu'il leur faut des sous afin de payer des émissions canadiennes. Que pensez-vous de cette menace que perçoivent les radiodiffuseurs privés, soit que la fragmentation de leur publicité va nuire sensiblement à leur possibilité de réaliser des émissions canadiennes, surtout si les câblodistributeurs s'immiscent dans leur marché?

M. Smith: Je crois avoir abordé la question dans mon exposé. Quelle que soit la politique qui sera choisie, elle devra reconnaître que le monde évolue et que, dans une certaine mesure, les mesures d'efficacité qui s'imposeront afin de permettre aux radiodiffuseurs de créer des émissions canadiennes... Il faudra leur permettre de tirer profit de ces mesures. L'une d'entre elles peut être la régionalisation. On pourra peut-être aussi économiser la main-d'oeuvre en recourant à des réémetteurs en certains endroits, plutôt que d'y assigner un personnel. L'idée d'avoir dans toutes les localités un personnel qui s'occupe de la programmation locale, est impossible à réaliser, à mon avis, étant donné les responsabilités des radiodiffuseurs.

Les besoins des localités me tiennent à coeur, et toute politique doit refléter cette attitude. On ne peut s'attendre que les localités fassent des émissions de haute qualité, mais il ne faut pas non plus leur rendre la tâche impossible leur enlevant tout moyen d'être efficaces.

Mme McDonald: Il vaudrait donc mieux éliminer la programmation locale à votre avis?

M. Smith: Non pas nécessairement l'abolir. Pour moi, l'une des possibilités, l'une des solutions possibles, c'est d'admettre que la câblovision, qui possède déjà un canal communautaire, exploité sans but lucratif, peut assumer dans une certaine mesure la programmation locale. Nous le faisons déjà jusqu'à un certain point. Il y a beaucoup de localités où...

Mme McDonald: Comme les bulletins locaux de nouvelles et les émissions d'affaires publiques?

M. Smith: Exact.

Mme McDonald: Avec des bénévoles plutôt que des professionnels?

M. Smith: Pas nécessairement des bénévoles, mais dans une certaine mesure. C'est selon la localité. Ainsi, en ce moment, je pourrais vous fournir de nombreux exemples. Ainsi, notre société opère dans la région d'Oakville—Burlington. Il n'y a pas de poste local à Oakville—

[Texte]

address that community, which is just a part of the megapolis, Toronto. No one can affect it directly. You cannot do that through CFTO. You cannot even do it through CITY-TV. But we can do it, because we are there and we are limited to that community.

There are plenty of other examples. The Rogers Newmarket system, for example, is an isolated community. It is only addressed distinctly by Rogers, in Newmarket. There are plenty of other examples.

Ms McDonald: Let me get into another big area, fibre optics. Can the cable industry afford to instal fibre optics in individual households? How would you anticipate this move into the new technology happening, as between you and the telephone companies?

Mr. Smith: We cannot determine what the telephone company will do, but as I said in our address, we have changed technology dramatically since cable began in the early 1950s, when we carried four channels. We would continue to evolve technology as need be. It would be silliness to—

Ms McDonald: The question is, can you afford to move into fibre yourself?

Mr. Smith: Yes, we can afford it in certain conditions. The first instance where fibre will be used is in long-haul trunking—in high-capacity, high-speed trunks. Whether it is going to be installed in subscriber homes at any time in the near future really depends on the revenue that could be generated by services on that fibre. There would be absolutely no sense installing a new technology without any means of recovering its cost.

That is why I was trying to say the committee really should be very cautious about adopting a technology just because it has a whiz-bang kind of flair. Technology is only there as a means to an end. It is not there as an end in itself. I think there is a great danger that trap will be fallen into, and I would just like to caution the committee against doing that.

Ms McDonald: Well, it is not our decision.

• 1740

The Chairman: No, but we can offer all kinds of wise counsel.

Mr. Caldwell: Mr. Smith, Mr. Moody, it is good to see you once again. I would like to just ask you about a couple of points you made in your brief, Mr. Smith. You said the recommendation regarding the carriage of U.S. FM stations on cable was not very significant, but you did spend half a page explaining why you thought it was. I must say that when you said at the end that it is objectionable, in that it proposes to prevent Canadians from exercising freedom of choice, my goodness, this

[Traduction]

Burlington, si bien qu'il n'y a aucun moyen d'atteindre les gens de cette localité, qui fait partie de la mégapole qu'est Toronto. On ne peut les atteindre directement. On ne peut passer par CFTO, ni même par CITY-TV. Par contre, nous, nous le pouvons, parce que nous sommes sur les lieux et nous nous limitons à cette localité.

On pourrait citer bien d'autres exemples. Ainsi, pour Newmarket, qui est une localité isolée, seule Rogers exploite un poste local. Je pourrais vous citer beaucoup d'autres exemples.

Mme McDonald: Passons à un autre domaine important, celui des fibres optiques. Les câblodistributeurs peuvent-ils se permettre d'installer des fibres optiques dans chaque foyer? Comment prévoyez-vous l'avènement de cette nouvelle technologie, de pair avec les sociétés de téléphonie?

M. Smith: Nous ne pouvons anticiper ce que feront les sociétés de téléphonie, mais comme je l'ai dit dans notre exposé, notre technologie a extrêmement évolué depuis l'avènement de la câblovision au début des années 1950, alors que nous n'avions que quatre canaux. Nous continuerons à suivre l'évolution de la technologie. Il serait absurde de...

Mme McDonald: La question, c'est de savoir si vous pouvez vous le permettre?

M. Smith: Oui, nous le pouvons dans certaines conditions. Le premier usage de telles fibres, ce serait pour les troncs communs à longue distance, à haute capacité et à haute vitesse. Quant à savoir si les fibres seront installées dans un avenir immédiat dans les foyers des abonnés, cela dépendra des recettes que les services fournis par les fibres pourront offrir. Il sera absurde de faire appel à une nouvelle technologie, si cette dernière ne se révèle nullement rentable.

Voilà pourquoi j'exhorte le Comité à la prudence avant d'opter pour une technologie uniquement parce qu'elle paraît impressionnante. La technologie n'est qu'un moyen d'atteindre un but; elle n'est pas une fin en soi. On court peut-être au piège. Voilà pourquoi j'exhorte le Comité à la prudence.

Mme McDonald: Somme toute, ce n'est pas à nous de prendre une telle décision.

Le président: Non, mais nous pouvons offrir nos bons conseils.

M. Caldwell: Monsieur Smith, monsieur Moody, je suis heureux de vous revoir. Permettez-moi de vous interroger, monsieur Smith, au sujet de quelques questions que vous soulevez dans votre mémoire. Vous parlez du peu d'importance de la recommandation concernant la diffusion des postes FM américains par câble, mais vous y consacrez quand même une demi-page. Vous dites même, à la fin, que c'est une proposition douteuse, car elle limiterait la liberté de choix des Canadiens, mais ma foi,

[Text]

whole industry is just packed full of regulations that prevent people from seeing what they want to see and doing what they want to do, and the whole thing. I mean why, why are you so concerned about this 2% of the people who are getting their radio through that, and probably less than 1% who get the American channels through that particular area?

Mr. Smith: I guess the reason I addressed it at all, and did not just leave it out for 2%—it deserves leaving out, you are quite right—but it is really, I guess a sense of not wanting to see the thin edge of the wedge get rolling here—

Mr. Caldwell: Yes, but there are other ways, Larry, that this industry is protected from—

Mr. Smith: Oh, listen, this is really not for us; there is no revenue coming from this.

Mr. Caldwell: This freedom of choice thing is a bit much, is it not?

Mr. Smith: Well, no, I do not think so. I mean, how else...? The problem with that FM policy is that it requires the FM band, and I think you understand as well... The FM band on cable is packed with all of the Canadian FM stations first, and then it is packed with all the Canadian AM stations.

Mr. Caldwell: But the reason you are carrying that, as I understand it—the FM distant station—is that it is a different kind of music; it is all wall-to-wall music, which Canadian stations are not allowed to do. That is why you are carrying it, because it is different. Is that the reason?

Mr. Smith: Because it is different—absolutely.

Mr. Caldwell: So let us give the freedom of choice to our own radio stations first.

Mr. Smith: Well, that is fine, but those stations are all available off-air anyway.

Mr. Caldwell: Yes, but they are not carrying the kind of thing the FM station wants to carry from that distant station.

Mr. Smith: Okay, but that goes back and begs the policy in the beginning; we cannot live in a walled society. Does it not? We cannot put the walls up. We should not put the walls up.

Mr. Caldwell: Well, there are some people who think that; I do not, but some people do. You also mention that, regarding simultaneous substitution, after a reasonable period of time, the right of substitution should cease to be available to Canadian broadcasters. Yes, and I see the point you are making regarding the stereo, regarding the closed captioning, which I have a problem with, but who is going to pay for those broadcast rights? The broadcaster paid for the broadcast rights on those programs.

Mr. Smith: Do you mean if they lost the right to have them substituted?

[Translation]

toute l'industrie fourmille de règlements qui empêchent les gens de voir ce qu'ils veulent voir et de faire ce qu'ils veulent faire, et ainsi de suite. Enfin, je me demande pourquoi vous insistez tellement alors qu'il n'y a que 2 p. 100 de la population qui ont la radio de cette façon, et probablement moins de 1 p. 100 qui ont ainsi accès aux canaux américains?

M. Smith: Somme toute, si j'en ai fait mention, si je ne fais pas abstraction de ces 2 p. 100—mais cela ne mérite pas qu'on en parle, vous avez raison—c'est que néanmoins, je ne voudrais pas que ce soit un moyen d'entrebailler la porte ici...

M. Caldwell: Oui, mais il y a d'autres moyens, Larry, de protéger l'industrie contre...

M. Smith: Ecoutez, cela ne nous intéresse pas vraiment; nous n'en tirons aucun revenu.

M. Caldwell: Vous parlez de liberté de choix, c'est un peu exagéré, n'est-ce pas?

M. Smith: Non, je ne le crois pas. Enfin, de quelle autre façon...? La difficulté, pour ce qui est de la politique FM, c'est d'exiger la bande FM, et je crois que vous comprenez tout aussi bien... A la câblovision, la bande FM est remplie tout d'abord de postes canadiens FM, puis on y fait entrer des postes AM canadiens.

M. Caldwell: Mais la raison pour laquelle vous la diffusez, si je comprends bien—je parle du poste FM éloigné—c'est qu'il offre une musique à caractère différent, de la musique mur à mur, ce qui est interdit aux postes canadiens. Voilà pourquoi vous le diffusez, n'est-ce pas?

M. Smith: Parce que c'est un poste différent, absolument.

M. Caldwell: Alors, accordons la liberté de choix vis-à-vis de nos propres postes de radio, au départ.

M. Smith: Bon, c'est bien beau, mais de toute façon, on a accès à ces postes par d'autres moyens.

M. Caldwell: D'accord, mais ils n'offrent pas ce que les postes FM veulent offrir à partir de postes éloignés.

M. Smith: D'accord, mais on en revient toujours à la question de principes posée au départ; nous ne pouvons vivre en vase clos, n'est-ce pas? Nous ne pouvons pas nous enfermer et nous ne devrions pas nous enfermer.

M. Caldwell: Enfin, il y a des gens qui le pensent; ce n'est pas mon cas, mais d'autres pensent ainsi. Maintenant, au sujet de la substitution simultanée, vous dites aussi que, passé un certain délai raisonnable, des radiodiffuseurs canadiens ne devraient plus pouvoir disposer du droit de substitution. Je comprends aussi vos remarques au sujet de la stéréo, au sujet du sous-titrage, qui me posent aussi des problèmes, mais qui va acquitter ces droits de diffusion? Le radiodiffuseur a déjà acquitté ses droits pour de telles émissions.

M. Smith: Vous voulez dire, s'ils perdent le droit d'y substituer d'autres émissions?

[Texte]

Mr. Caldwell: No, but am I understanding that if CTV buys *Cosby*, and it is in stereo, what you would like to see eventually happen is that NBC, whoever owns *Cosby* in the States, is on their own channel? Is that what you are saying?

Mr. Smith: No, I am just saying for heaven's sake, CTV, put it in stereo. Give the same quality product to the subscriber as what is available on the U.S. channel, available to him off-air. Let us compete.

Mr. Caldwell: You say the right of substitution should cease.

Mr. Smith: Okay, but what I am saying is that we appreciate our responsibility to do substitution. It is something we do not complain about. We think it is very valuable; we know what it is worth.

Mrs. Finestone: But that is not what you said.

Mr. Smith: Okay, I am being misunderstood, then.

Mrs. Finestone: You did say that, though, sir.

Ms McDonald: You said you wanted it to be stopped.

Mr. Smith: Let me try it once again. What I am saying is right now we are required to substitute a program that is simultaneously carried on a Buffalo station, because CTV—

Mr. Caldwell: Right, because the broadcaster has paid the rights to that show.

Mr. Smith: Exactly, and we do not mind doing that. We think it is our responsibility to shoulder that.

Mr. Caldwell: Right, okay.

Mr. Smith: The problem is that in some cases the U.S. program may come in stereo, and the Canadian program may not be in stereo.

Mr. Caldwell: Well, we realize that.

Mr. Smith: So the customer who has paid a large dollar to buy an expensive television that can receive stereo does not see that little light come on, does not get a stereo broadcast, because we have done the substitution. Whereas if he received that program off-air, and received the Buffalo station, he would get a higher-quality program. We are saying that at some point in time, after some reasonable period, that has to stop. The Canadian broadcaster has to supply the same quality program—

Mr. Caldwell: Now, okay, but that is a different a thing than you said here.

Mr. Smith: Well, I am sorry. That is exactly what I meant.

Mr. Caldwell: Okay, all right.

Ms McDonald: You are saying substitution should stop.

[Traduction]

M. Caldwell: Non, mais dois-je comprendre que si CTV achète *Cosby*, en stéréo, vous préféreriez en fin de compte que ce soit NBC, ou enfin le propriétaire de *Cosby* aux États-Unis, qui se serve de son propre canal? Ai-je raison?

M. Smith: Non, je dis que c'est CTV, ma foi, qui devrait mettre l'émission en stéréo. Il faut offrir à l'abonné un produit d'aussi bonne qualité que celui qui est disponible d'une autre façon sur le canal américain. Il faut qu'il y ait concurrence.

M. Caldwell: Vous dites qu'il faut abolir le droit de substitution.

M. Smith: D'accord, mais je dis aussi que nous sommes conscients de notre responsabilité en matière de substitution. Ce n'est pas que nous nous en plaignons; nous croyons que c'est fort précieux; nous en connaissons la valeur.

Mme Finestone: Mais ce n'est pas ce que vous avez dit.

M. Smith: Bon, je me suis mal fait comprendre, alors.

Mme Finestone: C'est bien ce que vous avez dit, toutefois.

Mme McDonald: Vous avez proposé qu'on l'abolisse.

M. Smith: Je vais tenter de m'exprimer autrement. À l'heure actuelle, nous sommes tenus de substituer une émission qui est diffusée simultanément sur un poste de Buffalo, parce que CTV...

M. Caldwell: Bon, parce que le radiodiffuseur n'a pas versé les droits pour cette émission.

M. Smith: Exactement, mais cela ne nous importe guère. Nous croyons qu'il nous incombe d'assumer cette responsabilité.

M. Caldwell: Bon, d'accord.

M. Smith: La difficulté, c'est que, dans certains cas, l'émission américaine est tournée en stéréo, tandis que l'émission canadienne ne l'est pas.

M. Caldwell: Nous comprenons cela.

M. Smith: Alors l'abonné qui s'est acheté un téléviseur stéréo très coûteux ne voit pas son voyant s'allumer, ne peut obtenir l'émission en stéréo, parce que nous avons fait la substitution. Par contre, s'il capte l'émission autrement, par le poste de Buffalo, il obtient une émission de meilleure qualité. Nous disons que, passé un délai raisonnable, il faut mettre fin à cette pratique. Le radiodiffuseur canadien doit fournir la même qualité d'émissions...

M. Caldwell: D'accord, mais cela diffère de ce que vous avez dit tantôt.

M. Smith: Alors, je vous demande pardon. C'est exactement ce que je voulais dire.

M. Caldwell: D'accord.

Mme McDonald: Vous dites qu'il faut mettre fin à la substitution.

[Text]

Mr. Smith: I am saying that at some point in time the policy should state that on a reasonable notice period—maybe is two years from now—those programs have to be identical before they are substituted. If it is missing stereo, then it should not be substituted. If it is missing closed captioning, then it should not be substituted. The subscriber has the right to the same quality program he would have gotten. That is all I am saying.

• 1745

Mr. Caldwell: Okay, if that is your point, that is fair enough. I am not going to ask you to comment any further on the community channel thing. I think this committee is getting some ideas and they are thinking along those lines. I think there is a role for the community channels to play in regional broadcasting. I think that could be developed.

However, I would like to ask you about the project of the Ontario government of cabling the north. We had the Minister of Culture and Communications here yesterday. What is your share on that, what is their share? It is subsidized by the Ontario government, is it not?

Mr. Smith: That is correct.

Mr. Caldwell: What is the breakdown of the shares?

Mr. Smith: I believe the way it works—and I am not an expert on this—is that the Ontario government, having received a detailed and full plan, a very well-audited plan, would pay up to \$550, provided that the operator paid \$275 of the total cost per home, in building a cable system to pass these communities. These communities are extremely small.

Mr. Caldwell: The only requirement the provincial government put on was that you have to carry the legislative channel, you have to carry *La Chaîne Française* and you have to carry TVO. Is that right?

Mr. Smith: I am not sure. Dick, do you remember if that is the only requirement?

Mr. Dick Moody (Executive Director, Ontario Cable Telecommunications Association): That is it, yes.

Mr. Caldwell: After that, can you put anything else on there?

Mr. Smith: I believe so. As I say, I am not the expert on this.

The Chairman: You have to follow the regulations, though.

Mr. Smith: Yes, you have to follow the regulations.

Mr. Caldwell: You are not loading on the Cancom system behind that, are you?

Mr. Smith: I do not know why that would be prevented. I would imagine—

[Translation]

M. Smith: Je dis que, à un moment donné, on devrait formuler la politique que, passé un délai raisonnable, mettons d'ici deux ans, il faudrait diffuser des émissions identiques: si l'émission n'est pas en stéréo, il ne faudrait pas lui substituer une qui l'est. S'il n'y a pas de sous-titrage, il ne faudra pas en ajouter. L'abonné doit avoir le droit de capter des émissions de la même qualité. C'est tout ce que je veux dire.

M. Caldwell: Bon, si c'est là votre point de vue, il est valable. Je ne vais pas vous demander d'autres observations sur la télévision communautaire. Je crois que le Comité a des idées à ce sujet, et que sa pensée correspond de près à la vôtre. À mon avis, les canaux communautaires peuvent jouer un rôle en matière de radiodiffusion régionale. Je crois qu'il faut leur en donner la possibilité.

Maintenant, je voudrais vous interroger au sujet du projet du gouvernement de l'Ontario d'installation du câble au nord de la province. Nous avons entendu hier le ministre de la Culture et des Communications. Quelle serait votre quote-part, quelle serait celle du gouvernement? C'est subventionné par le gouvernement de l'Ontario, n'est-ce pas?

M. Smith: C'est exact.

M. Caldwell: Quelle est la ventilation des actions?

M. Smith: Ce qui est prévu, je crois—mais je ne suis pas expert en la matière—c'est que le gouvernement de l'Ontario, après avoir reçu un plan complet et détaillé, un plan bien vérifié, verserait jusqu'à concurrence de 550\$, pourvu que l'exploitant paie 275\$ du coût global par foyer, avant l'installation du câble dans une localité. Il s'agit ici de localités extrêmement modestes.

M. Caldwell: La seule exigence que vous imposerait le gouvernement provincial, c'est que vous diffusiez le canal de l'Assemblée législative, de même que celui de *La Chaîne Française* et celui de TVO. n'est-ce pas?

M. Smith: Je n'en suis pas certain. Dick, vous souvenez-vous si c'est leur seule exigence?

M. Dick Moody (directeur exécutif, Association ontarienne des télécommunications par câble): C'est exact.

M. Caldwell: Une fois cette exigence remplie, pourriez-vous utiliser d'autres canaux?

M. Smith: Je le crois. Je le répète, je ne suis pas expert en la matière.

Le président: Vous devez vous plier aux règlements, toutefois.

M. Smith: Oui, il faut se plier aux règlements.

M. Caldwell: Vous n'allez pas y intégrer le réseau Cancom, n'est-ce pas?

M. Smith: J'ignore pourquoi on en serait empêchés. J'imagine que...

[Texte]

Mr. Caldwell: But are you?

Mr. Smith: It is not me.

Mr. Caldwell: You said your company is involved.

Mr. Smith: No, my company is not involved in that. That is in the north.

Mr. Caldwell: You said your company has been active in bringing cable to small communities.

Mr. Smith: That is right, but this program does not cover anything south of about Parry Sound. My company is doing it without the program. We do not get a subsidy.

Mr. Caldwell: Thank you, Mr. Chairman.

Mrs. Finestone: Gentlemen, first of all I would like to clear up one detail. What would it cost CTV to put in a system that could carry the FM, so it would meet your clients' demand and see the little red light come on?

Mr. Smith: I am sorry, I do not know.

Mrs. Finestone: It would be interesting to know that. Did you say in your presentation that with respect to your responsibilities for community channels, the Ontario Cable Telecommunications Association has a \$50 million a year—

Mr. Smith: I am sorry, I have used a bit of poetic licence. That is the number for the whole Canadian cable television industry.

Mrs. Finestone: Oh, I was wondering if all of a sudden while I was not looking someone became much more generous than the figures I had heard previously suggested.

• 1750

Mr. Smith: It is fair to say it would be about a third of this number, since a little more than a third of the subscribers are in Ontario.

Mrs. Finestone: Perhaps I will deal specifically at this point with community channels. In the light of the fact that you are a third of the 50 million, recommendation 19.6 of the task force raised the issue of fair access to community channels, if you will recall. Has this been a concern of any of your cable systems?

Mr. Smith: I guess I am just not aware of it. As the president of a multi-system operator with nine systems, I am not aware that access is a burning issue. I do not hear a lot of complaints.

Mrs. Finestone: If you have no burning issues, then we will go on to the next question, which is a burning issue for me. Have you calculated what the retransmission rates might cost you as, if and when we write our free trade agreement on retransmission?

Mr. Smith: No. We really do not know what the basis will be at this point in time.

[Traduction]

M. Caldwell: Mais allez-vous le faire?

M. Smith: Pas moi.

M. Caldwell: Vous dites que votre société est en cause.

M. Smith: Non, ma société n'est pas en cause. Cela va se passer dans le Nord.

M. Caldwell: Vous avez dit que votre société a installé le câble dans beaucoup de petites localités.

M. Smith: C'est exact, mais notre échéancier ne comporte rien au sud de Parry Sound. Ma société le fait, mais sans prendre part à ce programme. Nous ne recevons aucune subvention.

M. Caldwell: Merci, monsieur le président.

Mme Finestone: Messieurs, permettez-moi tout d'abord d'élucider un point. Combien en coûterait-il à CTV d'établir un réseau qui diffuserait en FM, de manière à répondre à la demande de votre clientèle et de faire en sorte que le petit voyant s'allume?

M. Smith: Désolé, je l'ignore.

Mme Finestone: Ce serait intéressant de le savoir. N'avez-vous pas dit dans votre exposé que, pour ce qui est des responsabilités des canaux communautaires, votre association a 50 millions de dollars tous les ans. . .

M. Smith: Désolé, il s'agit d'une licence poétique. Ce chiffre représente le montant global pour toute l'industrie canadienne de la câblovision.

Mme Finestone: Je me suis demandé si, à mon insu, quelqu'un s'était révélé plus généreux que ce que je croyais, d'après les chiffres que l'on m'avait fournis.

M. Smith: On peut dire que c'est environ le tiers de ce montant, étant donné qu'un peu plus du tiers des abonnés vivent en Ontario.

Mme Finestone: Je vais aborder la question des canaux communautaires. Étant donné que vous avez le tiers de ce montant de 50 millions de dollars, c'est dans la recommandation 19,6 du groupe de travail, si vous vous souvenez bien, que l'on soulève la question de l'accès équitable aux canaux communautaires. Cela a-t-il été le souci de vos réseaux de câblovision?

M. Smith: Je n'en ai pas eu conscience, j'imagine. En tant que président d'une exploitation multiple qui possède neuf réseaux, je n'ai jamais entendu dire qu'il s'agit d'une question brûlante. J'ai reçu bien peu de plaintes.

Mme Finestone: Si ce n'est pas une question brûlante, passons alors à la question suivante qui l'est pour moi. Avez-vous calculé vos coûts de retransmission, au cas où l'accord de libre-échange serait réalisé?

M. Smith: Non. À l'heure actuelle, nous ignorons sur quels fondements ces taux vont se baser.

[Text]

Mrs. Finestone: Have you an idea what the definition should be?

Mr. Smith: It should exclude local signals. I think we have made this comment. I believe we have had a fair hearing that it would exclude signals that would be otherwise available off air. I think it was an issue at the beginning, whether it would or would not be.

Mrs. Finestone: All right. But you have not as yet calculated what the impact to you will be.

Mr. Smith: No.

Mrs. Finestone: With respect to the community groups that you are serving, what is the size of the communities that you represent in the OCTA?

Mr. Smith: It is anywhere between 200 subscribers and 400,000 subscribers; it is a pretty fair range.

Mrs. Finestone: Within this fair range, the request to meet the community needs as a cable obligation involves what in terms of staff, time and facilities? How do you calculate one-third of this 50 million?

Mr. Smith: It would be the amount of our staff's salaries and the facilities they use. Obviously we have a studio in virtually all of the cable companies in Ontario. There is also equipment, cameras, video production equipment, tape recorders, mobile equipment, trucks and all the other usual production costs that go with going out and doing a shoot.

Mrs. Finestone: Do you provide film?

Mr. Smith: Of course.

Mrs. Finestone: Some do not, so I am glad you do. When you say salaries, do you provide permanent staff? Do you have a permanent animator or do you use volunteers for these tasks?

Mr. Smith: Obviously these things are much different for a 400,000-subscriber cable system, compared with a very small one. Virtually all cable companies have a permanent staff and in some cases a sizeable staff.

Mrs. Finestone: How do you assure access to all groups? What kind of a representative board do you have? Is it by election? How do you get fair representation?

Mr. Smith: Different companies actually do have their own separate policies. One policy that seems to work quite well is that a group doing a production has a limit. In other words, it may run for 13 weeks, for example, or one quarter. Then the opportunity passes on to another group so that everyone has a fair chance.

[Translation]

Mme Finestone: Avez-vous une idée de ce que sera la définition?

M. Smith: Elle devrait exclure les signaux d'origine locale. Je crois que nous l'avons déjà préconisé. Nous avons déjà eu l'occasion de plaider en faveur de l'exclusion des signaux qui pourraient être captés par câble. Je crois que cette question s'est posée au départ, au sujet de cette exclusion possible.

Mme Finestone: Bien. Mais vous n'en avez pas encore calculé l'impact pour vous.

M. Smith: Non.

Mme Finestone: Pour ce qui est des groupes communautaires que vous desservez, quelle est l'ampleur des localités que vous représentez au sein de votre association?

M. Smith: Cela peut aller de 200 abonnés à 400,000 abonnés, c'est une assez bonne fourchette.

Mme Finestone: Compte tenu de cette fourchette, cette obligation de répondre aux besoins de localité, qu'est-ce que cela signifie pour vous en tant que câblodistributeur en fonction du personnel, du temps et des installations? Comment le calculez-vous, à partir du tiers de ces 50 millions de dollars?

M. Smith: Nous incluons la rémunération du personnel et le coût des installations qu'ils utilisent. Évidemment, presque tous les exploitants possèdent un studio en Ontario. Il y a aussi les équipements, des appareils photographiques, des vidéoscopes, des magnétoscopes, le matériel mobile, les camions, et tous les autres frais normaux de production que suscite le tournage d'une émission.

Mme Finestone: Est-ce que vous fournissez le pellicule?

M. Smith: Bien entendu.

Mme Finestone: Certains ne le font pas, je suis donc ravi que vous le fassiez. En parlant de salaires, est-ce que vous avez un personnel permanent? Est-ce que vous avez un animateur permanent ou bien vous servez-vous de bénévoles à cette fin?

M. Smith: Bien entendu, si l'exploitation compte 400,000 abonnés, cela diffère énormément d'une petite exploitation. Presque tous les câblodistributeurs ont un personnel permanent, qui est parfois assez nombreux.

Mme Finestone: Comment assurez-vous l'accès à tous les groupes? Quel genre de conseil représentatif avez-vous instauré? Est-ce par voie d'élection? Comment assurez-vous la juste représentation?

M. Smith: Chaque société possède sa politique propre à ce sujet. L'une des politiques qui semble bien marcher, c'est que chaque groupe limite sa production. Autrement dit, il peut s'agir d'une série de 13 semaines, par exemple, ou bien d'un quart. On donne ensuite la chance à un autre groupe, pour que tout le monde ait sa chance.

[Texte]

Mrs. Finestone: Could you forward to us a breakdown of the costs on the cable systems? I would like to know what the costs are in your large, medium and small systems.

Mr. Smith: For community programming?

Mrs. Finestone: No, the cost of carrying the community program.

With respect to ethnic programming as distinct from community programming, I have a sense that ethnic programs should be integrated and mainstreamed. However, this view is not commonly shared in all parts of this country. What is your experience with integrating ethnic and multilingual programming within your services?

• 1755

Mr. Smith: One of the quite common examples of community programming happens to be ethnic programming. I have a fair bit of personal experience with that. Often the ethnic groups in our various communities find the community channel is one of the best ways to reach members of their community since, depending on the group you are talking about, they do not really have a channel that might... If you are Maltese, for example, you are not likely to find a Maltese channel among the arrangements you get from off-air broadcasters, so having a couple of hours a week from the Maltese community is one way to deal with that quite efficiently. That is exactly what happens.

Mrs. Finestone: So it is done in either English or French, but not multilingual.

Mr. Smith: No. Do you mean the community channel?

Mrs. Finestone: Yes.

Mr. Smith: There is a tremendous variety of languages used in the community channel.

Mrs. Finestone: So you are running a multilingual, ethnic community channel.

Mr. Smith: If the members of our community happen to be ethnic, then they as a member group using the community channel of course present their programming in their native language.

Mrs. Finestone: As you well know, Canada is made up not only as a basic English and French component, a third of Canadians are from other ethnic backgrounds, using, one would hope... Seeing that the fundamental characteristics of Canada as defined by Meech Lake is its bilingual character, I would therefore presume that most of them speak either English or French.

[Traduction]

Mme Finestone: Pourriez-vous nous fournir la ventilation des coûts de votre réseau de câblovision? J'aimerais savoir ce que les coûts peuvent être pour un réseau qui est petit, moyen ou important.

M. Smith: Pour la programmation communautaire?

Mme Finestone: Non, le coût global de la programmation communautaire.

Pour ce qui est de la programmation ethnique, en ce qu'elle se distingue de la programmation communautaire, j'ai l'impression que les émissions ethniques doivent être intégrées et comprises dans les émissions principales. Toutefois, ce n'est pas un point de vue que l'on entend dans tous les coins du pays. Comment vos services ont-ils réalisé l'intégration des émissions ethniques et multilingues?

M. Smith: Un des exemples communs de la programmation communautaire est celui de la programmation ethnique. J'ai une assez bonne expérience dans ce domaine. Très souvent les groupes ethniques de nos collectivités sont d'avis que les postes communautaires représentent un des meilleurs moyens de communiquer avec les membres de leur collectivité puisque, selon le groupe dont vous parlez, ils n'ont pas vraiment accès à un poste qui... Si vous êtes Maltais par exemple, il est fort peu probable que les radiodiffuseurs qui émettent par voie hertzienne vous offrent un poste maltais; ainsi vous êtes fort heureux d'obtenir un service de quelques heures par semaine offert par la communauté maltaise sur le poste communautaire. C'est exactement ce qui se passe.

Mme Finestone: Ainsi, tout cela se déroule en anglais ou en français mais ce n'est pas multilingue.

M. Smith: Non. Parlez-vous du poste communautaire?

Mme Finestone: Oui.

M. Smith: Toutes sortes de langues sont utilisées par le poste communautaire.

Mme Finestone: Vous offrez donc les services d'un poste communautaire ethnique multilingue.

M. Smith: Si les membres de notre collectivité sont d'une certaine origine ethnique, évidemment, à titre de groupe membre qui se sert du poste communautaire il offrira une programmation dans la langue du groupe ethnique.

Mme Finestone: Comme vous le savez sans aucun doute, le Canada n'est pas simplement composé d'un élément français et d'un élément anglais; en effet, un tiers des Canadiens appartiennent à d'autres ethnies, et utilisent, espérons-le... comme la caractéristique fondamentale du Canada, comme le définit l'Accord du lac Meech est sa nature bilingue, je suppose que la plupart de ces personnes parlent soit anglais soit français.

[Text]

Mr. Smith: That is true, but often the programming they carry to their communities is in their own native language. Am I missing your point?

Mrs. Finestone: I think so. Let me change the subject.

With respect to commercials, what are your views at the present time on the deletion of commercials on American signals and their replacement by Canadian advertisements or public service announcements?

Mr. Smith: Are you referring to commercial deletion as opposed to simultaneous substitution?

Mrs. Finestone: Yes.

Mr. Smith: I think in most cases it is unnecessary. The way to arrange for advertising to be placed in the Canadian signal is for the broadcaster to buy the rights for the program and have it substituted. That is set up as one means and probably the best means. In most cases. . . I guess I am not aware of any instances in Ontario where commercial deletion actually takes place.

Mrs. Finestone: With respect to the manufacturing of commercials, what is your view about requiring all commercials that appear on Canadian airwaves be produced by Canadians and artistic development be Canadian? In other words, the singers, the dancers, the music, the video, the writer, all be Canadian, so that you have 100% Canadian advertising, and that we develop rock stars other than American rock stars to promote our own products?

Mr. Smith: I think that policy would be fine. Are you saying, for instance, that CTV, when they go to look for an advertisement, would be restricted to that content regulation?

Mrs. Finestone: It should be produced in Canada and should feature a Canadian rock singer and it should be written by Canadian writers and have Canadian talent showcasing.

Mr. Smith: I am just trying to think of who eventually bears that cost. I guess it would be the advertiser eventually. I think that is a reasonable rule.

Mrs. Finestone: Well, it is the consumer, it is the advertiser, it is the—

Mr. Smith: Mr. Moody is an expert in advertising. He spent 25 years with Standard Broadcasting.

Mr. Moody: I hope the committee will—

Mrs. Finestone: Michael Jackson is promoting what this week? What is Michael Jackson promoting this week?

[Translation]

M. Smith: C'est exact, mais très souvent les émissions qu'ils offrent à leur communauté sont présentées dans leur langue maternelle. Est-ce que je comprends bien ce que vous dites?

Mme Finestone: Je ne pense pas. Je passe à autre chose.

Pour ce qui est des annonces publicitaires, que pensez-vous du fait que l'on remplace les annonces américaines acheminées par les signaux américains par des annonces ou avis publics canadiens?

M. Smith: Vous parlez bien du remplacement des annonces commerciales plutôt que de la substitution de signaux identiques?

Mme Finestone: C'est exact.

M. Smith: Je crois que dans la plupart des cas ce n'est pas nécessaire. Si l'on veut que des annonces publicitaires fassent partie des signaux canadiens, le télédiffuseur doit acheter les droits de cette émission et remplacer les annonces publicitaires. C'est un des moyens d'y arriver et probablement un des meilleurs. Dans la plupart des cas. . . À ma connaissance, en Ontario, il n'y a pas de remplacement ou de substitution d'annonces publicitaires.

Mme Finestone: Pour ce qui est de la réalisation d'annonces publicitaires, que pensez-vous de la proposition suivante: nous pourrions exiger que toutes les annonces publicitaires passant à la télévision canadienne soient réalisées par des Canadiens et tournées avec des artistes canadiens. En d'autres termes, les chanteurs, les danseurs, la musique, la bande magnétoscopique, l'auteur, tout cela serait canadien; ainsi cette annonce publicitaire serait authentiquement et exclusivement canadienne. Nous embaucherions des vedettes rock canadiennes plutôt que des vedettes rock américaines pour vendre nos produits. Qu'en pensez-vous?

M. Smith: Je crois que cela serait une bonne idée. Dites-vous, par exemple, que le réseau CTV lorsqu'il cherche des annonceurs devrait respecter ce règlement à l'égard du contenu?

Mme Finestone: L'annonce devrait être réalisée au Canada avec un chanteur rock canadien, être écrite par des auteurs canadiens et montrer en vedette des Canadiens.

M. Smith: Je me demande qui devra payer les coûts supplémentaires. Je suppose que ce serait éventuellement l'annonceur. Je crois que c'est un règlement raisonnable.

Mme Finestone: Bien, c'est le consommateur, c'est l'annonceur, c'est. . .

M. Smith: M. Moody est un expert dans le domaine de la publicité. En effet, il a travaillé 25 ans pour la *Standard Broadcasting*.

M. Moody: J'espère que le Comité. . .

Mme Finestone: Que vend Michael Jackson cette semaine? Qu'essaie-t-il de vendre cette semaine?

[Texte]

Mr. Smith: Pepsi, if they do not set his hair on fire again.

Mrs. Finestone: Now, what would be wrong with Cory Hart?

Mr. Moody: Or Burton Cummings.

Mrs. Finestone: Burton Cummings would be great.

Mr. Moody: I had hoped the commission would read my silence as being great and deep wisdom. However, I have been in the cable industry something under two years and I have been on the broadcast side for 30 years.

Mrs. Finestone: We can use your advice now.

Mr. Moody: I was hoping there would be a question that I might answer. I am deeply interested in two areas of cable. The first is its community programming and as a former broadcaster who spent, as I say, 30 years selling air time and observing the production, I am immensely impressed with what cable does. I am also disappointed at cable's underpromotion of what it does. It is not well known and I believe the task force really did not really understand exactly what cable does in its community programming, which is very broad. It can be very effective, but not costly in small communities—and if this sounds like a commercial, I guess it is, because I am talking as a former broadcaster who has seen what is being done on community programming.

• 1800

If you are suggesting you will eliminate Michael Jackson from the air waves, that is a difficult proposition.

Mrs. Finestone: No, I do not want to remove Michael Jackson from the air waves. When it comes to variety programs and entertainment, I want us to have access to that kind of entertainment as a choice. I am talking about advertising that is going to sell Coca-Cola in Canada.

Ms McDonald: About a remark that was made about cable not blowing its own horn enough about what it is doing in community, have you any hard data on the proportion of viewers you get on the community channel?

Mr. Moody: BBM at this time does not report traceable numbers for the community channel; not that I am aware of. I think there are measurement services capable of measuring viewing on the community channel. I would think the greatest opportunity to begin to pick up numbers would be in the Rogers system in York Mills, where I live. As an example, tonight they will have a discussion on free trade with Donald Macdonald, as I recall, and a few other people. I do not want to pre-empt Mr. Rogers's possible discussion of that. I would think the

[Traduction]

M. Smith: La boisson gazeuse Pepsi s'ils ne mettent pas le feu à ses cheveux une autre fois.

Mme Finestone: Pourquoi pas Cory Hart?

M. Moody: Ou Burton Cummings.

Mme Finestone: Burton Cummings serait parfait.

M. Moody: J'avais espéré que le Comité interpréterait mon silence comme un signe de très grande sagesse. Cependant, je dois dire que je travaille dans le secteur de la câblodistribution depuis moins de deux ans et que j'ai travaillé dans la radiodiffusion pendant 30 ans.

Mme Finestone: Nous aurions besoin de vos conseils maintenant.

M. Moody: J'avais espéré qu'on poserait une question à laquelle je serais en mesure de répondre. Je m'intéresse tout particulièrement à deux grandes questions touchant à la câblodistribution. La première est la programmation communautaire et à titre d'ancien radiodiffuseur qui, comme je vous l'ai dit, a passé 30 ans à vendre du temps d'antenne et à observer la réalisation, je suis franchement impressionné par le travail accompli par les câblodistributeurs. Je suis aussi déçu parce que ces câblodistributeurs ne savent pas vendre ce qu'ils font. En effet, leur production est peu connue et je crois que le groupe de travail n'a pas vraiment compris le rôle que jouent les câblodistributeurs dans la programmation communautaire, qui est un domaine assez général. En effet, ce rôle peut être très efficace, mais coûte peu aux petites collectivités—et si l'on pense que je fais de la publicité, je crois que c'est un peu cela, parce que je suis un ancien radiodiffuseur et sais ce qui se fait dans la programmation communautaire.

Si vous proposez de faire disparaître Michael Jackson de la télévision, vous aurez beaucoup de difficultés.

Mme Finestone: Ce n'est pas mon intention. En effet, lorsqu'on parle d'émissions de variétés ou de divertissement, je veux que nous ayons accès à tous ces artistes. Je parle simplement de la publicité qui permettra de vendre du Coca-Cola au Canada.

Mme McDonald: Vous avez dit que les câblodistributeurs ne parlaient pas suffisamment du bon travail qu'ils font dans la collectivité. Avez-vous des statistiques sur le nombre d'auditeurs qui regardent les émissions communautaires?

M. Moody: A ma connaissance, BBM n'a pas beaucoup de données à ce sujet. Je crois cependant qu'il existe des services qui seraient en mesure d'évaluer combien de gens regardent ce poste. Je crois que la meilleure occasion qui vous est offerte de prendre connaissance du nombre de personnes qui regardent ces postes serait d'étudier la situation au réseau de câblodistribution Rogers à York Mills, où je vis. Par exemple, ce soir, le poste communautaire offrira une émission sur le libre-échange mettant en vedette M. Donald Macdonald, si je ne me

[Text]

continuation of the kind of programming I see on my community channel on the Rogers system will eventually begin to develop fairly meaningful numbers.

Ms McDonald: But you do not have any hard data right now.

Mr. Moody: OCTA I think has become well known as a fairly feisty and interested association. However, we have a staff of one, myself. CCTA has a staff of about seventeen. I think some of the figures you are referring to are CCTA-generated for Canada.

The Chairman: We will note that and we will ask them that question.

Mr. Moody: So I think Mrs. Finestone's query might be directed to CCTA, because I do know Gerald Lavallé, who serves on the community—

Mrs. Finestone: Mr. Moody, we certainly will look to that. If Caplan-Sauvageau did not know much about cable, I guarantee you this committee has heard from them at great length. We have become overeducated, but certainly sensitized. I would suggest to you some of the hard data we would like would be effective and useful.

The concern we have heard—and we heard this in Quebec City and in Montreal, and that was the reason why I asked that question—was about multilingual and ethnic versus community. Is the community channel a multi-ethnic channel? Is it a multilingual channel? Do you really need separate ethnic and multilingual channels, or can they be accommodated in one or two spots on the dial? That really was the basis of the question.

I would like to ask you about some remarks you made earlier on simulcasting and the hearing-impaired and closed captioning. I have had an ongoing concern and have asked these questions about the hearing-impaired. It had to do with open captioning, but I will not go to open captioning right at the moment. Is the fact that the advertising time per hour accorded in the Canadian industry longer than that accorded in the American industry one of the causes for the lack of synchronization that has been the complaint of the hearing-impaired? They miss about half a minute to a minute and some of the continuity in the program when the break comes. Is that the problem?

Mr. Smith: That is a good point. That may be part of the problem. I think the major problem, however, is the requirement of creating the actual material and keying it in, if you like, into the broadcast signal. I am not an expert in this area—

[Translation]

trompe, et d'autres intervenants. Je ne veux pas trop en parler parce que M. Rogers voudra peut-être le faire. Je crois que le genre d'émission qu'offre mon poste communautaire du système Rogers attirera éventuellement un bon nombre d'auditeurs.

Mme McDonald: Mais vous n'avez pas de statistiques à cet égard maintenant.

M. Moody: Je crois que l'OCTA est connue comme étant une association assez énergique et intéressée. Cependant, nous n'avons qu'un employé, c'est moi. L'ACTC compte environ 17 employés. Je crois que certains des chiffres dont vous parlez sont préparés par l'ACTC pour l'ensemble du pays.

Le président: Nous en prendrons note et nous poserons la question à ce groupe.

M. Moody: Je crois donc que la question de M^{me} Finestone devrait être posée à l'ACTC parce que je connais Gérald Lavallé, qui fait partie du. . .

Mme Finestone: Monsieur Moody, nous le ferons. Si le groupe de travail Caplan-Sauvageau ne connaissait pas vraiment le système de câblodistribution, je peux vous assurer que notre Comité en a entendu parler et en détail. Nous en connaissons pratiquement trop là-dessus; nous sommes certainement de toute façon très conscients du rôle que joue ce secteur. Certaines des données que nous voulons obtenir seraient très utiles et efficaces.

Une des questions qui a souvent été abordée—à Québec et à Montréal, et c'est pourquoi je vous ai posé la question—est celle des services multilingues et ethniques par opposition aux services communautaires. Le poste communautaire est-il un poste multi-ethnique? Est-il un poste multilingue? Est-il vraiment nécessaire de séparer les postes ethniques et multilingues, ou suffit-il simplement d'avoir un ou deux postes? C'est vraiment la question qu'on se pose.

J'aimerais avoir de plus amples détails sur les commentaires que vous avez faits un peu plus tôt sur la substitution de signaux identiques, sur les malentendants et sur le sous-titrage invisible. C'est quelque chose qui me préoccupe, et j'ai déjà posé ces questions sur les malentendants. En effet, ma question portait sur le sous-titrage visible, mais je n'en parlerai pas maintenant. Est-ce que le manque de synchronisation dont se plaignent les malentendants est attribuable dans une certaine mesure au fait qu'un plus grand nombre de minutes sont consacrées chaque heure à la publicité par les radiodiffuseurs canadiens que par les radiodiffuseurs américains? En effet, les malentendants perdent entre 30 et 60 secondes d'une émission et en quelque sorte, perdent le fil de ce qui se passe. Est-ce là la cause du problème?

M. Smith: C'est une bonne question. Cela fait peut-être partie du problème. Cependant, je crois que le principal problème est plutôt la préparation du matériel et son codage dans les signaux de radiodiffusion. Je ne suis pas un expert dans le domaine. . .

[Texte]

Mrs. Finestone: What do you mean? The closed captioning is not coming on in the United States and you are putting it in in Canada?

Mr. Smith: No. What I am concerned about is the reverse, where closed captioning would be included. For instance—

Mrs. Finestone: All right, *Dynasty*. So closed captioning is in the United States. It comes across here, and what happens?

Mr. Smith: Let us face it, the subscriber is getting two signals at home. He gets a signal from Buffalo—

Mrs. Finestone: Does he hear the program, and does he see the closed captioning?

Mr. Smith: If he is on cable and we are substituting a Canadian station that is not providing that information, and we are substituting that programming for the U.S. signal, then obviously he is not seeing it. We have taken away his ability to see it.

The Chairman: The same thing with stereo.

Mr. Smith: Exactly. My point there was how long can we take away this extra value?

• 1805

Mrs. Finestone: That is a very important point, and I thank you for it.

M. Blackburn (Jonquière): Mes questions porteront sur le nouvel étagement des services de câblodistribution. Que pensez-vous du nouvel étagement proposé dans le rapport du Groupe de travail? Est-il réaliste et souhaitable qu'il y ait un volet de base entièrement canadien et que le trois plus un américain soit intégré à un deuxième volet élargi?

Mr. Smith: It may make sense in some cases to have an all-encompassing service where everything is on basic. You are asking whether it is possible to have Canadian separate on basic and then move the U.S. up. I think that has been considered from time to time, and the industry's feeling is that this would be a pretty radical change for the subscriber. We think it would be received rather negatively to move the U.S. programming, the three plus one, that they have become used to receiving as one package, and charge an extra cost for it. That may be a very difficult thing for them to accept.

That does not mean it may not be possible to do that somewhere. What we are concerned with most in the tiering issue is the possibility that a policy would be established, either through the Broadcasting Act or the CRTC, that would legislate one packaging approach across this country. We think that would be inappropriate. We think that there are too many differences between various communities and cable systems. For example, in Ontario the prices for basic cable range from \$5 to \$20. In some

[Traduction]

Mme Finestone: Que voulez-vous dire? Le sous-titrage ne vient-il pas des États-Unis et n'est-il pas inclus dans les signaux captés pour le Canada?

M. Smith: Non, ce n'est pas cela que je veux dire. Je me préoccupe de la situation contraire, des cas où le sous-titrage invisible serait inclus. Par exemple. . .

Mme Finestone: C'est bien, prenons par exemple *Dynasty*. Ainsi, le sous-titrage invisible est aux États-Unis. Il est acheminé ici, et que se passe-t-il?

M. Smith: L'abonné reçoit deux signaux à la maison. Il reçoit des signaux de Buffalo. . .

Mme Finestone: Entend-il l'émission et voit-il le sous-titrage?

M. Smith: S'il est abonné au câble, et que nous introduisons une station canadienne qui n'offre pas ces renseignements, et que nous remplaçons les signaux américains par cette émission, il est évident qu'il ne voit pas le sous-titrage. Nous l'empêchons de le faire.

Le président: Exactement la même chose que les émissions en stéréo.

M. Smith: C'est exact. Je veux savoir pendant combien de temps nous pourrions enlever cet avantage supplémentaire.

Mme Finestone: C'est un point très important, et je vous remercie de l'avoir signalé.

Mr. Blackburn (Jonquière): My questions deal with the new tiering of cable services. What do you think of the new tiering system recommended in the task force report? Do you think it is realistic and desirable to have a basic tier that is Canadian only and that the American three plus one tier be included in a broadened second tier?

M. Smith: Dans certains cas, il serait peut-être réaliste d'avoir un service global où tout est offert sur le volet de base. Vous me demandez s'il est possible d'avoir les réseaux canadiens sur le volet de base, et ensuite de mettre les stations américaines sur un autre volet. Je pense que l'on a envisagé cette possibilité de temps en temps, et les câblodistributeurs estiment que ce serait un changement assez dramatique pour l'abonné. Les abonnés ont l'habitude de capter la programmation américaine, le volet trois plus un, comme un tout. Nous estimons qu'ils ne seraient pas en faveur de payer des frais supplémentaires pour pouvoir capter ce volet. Il leur serait très difficile d'avalier cela, à notre avis.

Cela ne signifie pas que cela ne pourrait pas se faire quelque part. Ce qui nous préoccupe le plus dans toute la question de l'étagement c'est que la Loi sur la radiodiffusion ou le CRTC décide qu'il n'y aura qu'une approche qui s'appliquera partout au pays. À notre avis, une telle approche serait inappropriée. Nous estimons qu'il y a trop de différence entre les différentes régions du pays et entre les différents services de câble. Par exemple, en Ontario, le prix de base du service de câblodistribution

[Text]

cases signals are available freely; in the northern communities they are received at quite an expense. So those communities cannot be treated the same in respect of packaging.

M. Blackburn (Jonquière): L'ensemble des moyens publicitaires canadiens serait-il suffisamment vaste pour supporter le transfert de nouveaux services dans le volet de base élargi? Comment cette décision influencerait-elle sur les recettes publicitaires des radiodiffuseurs?

Mr. Smith: Which services are you thinking would be transferred to basic?

M. Blackburn (Jonquière): Si on transférerait le trois plus un américain sur une bande élargie, est-ce qu'on serait en mesure de le supporter? Quelles conséquences cela aurait-il au niveau des recettes des diffuseurs?

Mr. Smith: The first thing is to clarify the current situation. Right now the cable regulations allow the three plus one, the United States signals, to be carried on the basic service. So they already have the widest possible distribution. They could not be moved to receive any wider distribution than they already have. The only limitation they have at the moment is in the location of the services. The first 12 channels on a cable system are reserved for Canadian stations. If there is room left, then non-local signals may be carried. If you have no room, then you are carrying them on a higher channel for which people may need other equipment, like a converter, to receive. But that package of services would still all be received for one price, the basic price. There is no situation where it can be wider than that.

• 1810

I am sorry if I am not answering your question, but I—

M. Blackburn (Jonquière): Si ces signaux étaient distribués sur les premiers canaux de base, on pourrait les capter avec un téléviseur ordinaire. S'ils étaient transférés sur la deuxième bande, il faudrait un câbloselecteur ou un distributeur spécial pour les capter, ce qui impliquerait des coûts additionnels.

Mr. Smith: That is true, but in most communities in Canada the penetration of converters has risen to a great extent. In Toronto, for example, probably 90% to 95% of all homes are converter-equipped or they have cable-ready. . . The converter is in the TV when they buy a TV today. Lower penetrations may exist in western Canada and in very small communities. Why does it exist? It exists because not many channels were offered.

With the increase in the number of channels over the past few years, there is more and more reason for people to acquire a converter or buy a cable-ready set. So the number of people who do not have converters is diminishing all the time. That is going to cease to be a

[Translation]

varie de 5\$ à 20\$. Dans certaines régions, les signaux sont disponibles gratuitement. Dans le nord de la province, ils coûtent assez cher. Donc, on ne peut pas traiter ces régions de la même façon.

Mr. Blackburn (Jonquière): Would there be enough advertising resources in Canada if new services were transferred to a broadened basic tier? What effect would this decision have on broadcasters' advertising revenues?

M. Smith: Quels services seraient transférés au volet de base d'après vous?

Mr. Blackburn (Jonquière): Could broadcasters stand the pressure if the American three plus one were to be transferred to a broader band? What would be the effect on broadcasters' advertising revenues?

M. Smith: Il faut d'abord préciser la situation actuelle. À l'heure actuelle, les règlements permettent aux câblodistributeurs d'offrir le service trois plus un, c'est-à-dire les signaux américains, sur le service de base. Par conséquent, ces signaux ont déjà la distribution la plus large possible. Ils ne pourraient pas avoir une distribution élargie. La seule restriction à l'heure actuelle concerne le canal sur lequel on offre les services. Les 12 premiers canaux du service du câble sont réservés aux stations canadiennes. Si les stations canadiennes n'occupent pas tous ces canaux, le câblodistributeur peut offrir un signal américain. S'il n'y a pas de place, il faut offrir ces signaux sur un autre canal, et pour ce faire, les gens ont peut-être besoin d'un autre dispositif, comme par exemple un convertisseur. Mais l'abonné aurait accès à cet ensemble de services pour un prix unique, le prix de base. La distribution ne peut pas être plus large que cela.

Je regrette si je ne réponds pas à votre question, mais je. . .

Mr. Blackburn (Jonquière): If these signals were available on the basic channels, 2 to 13, people could tune into them using ordinary television sets. If they were transferred to the second tier, people would have to have cable or a converter to get them, and this would cost more money.

M. Smith: C'est exact, mais dans la plupart des agglomérations du Canada, le pourcentage de la population qui a des convertisseurs a augmenté énormément. À Toronto, par exemple, probablement 90 p. 100 à 95 p. 100 de tous les foyers ont des convertisseurs ou ont des téléviseurs qui sont déjà équipés d'un convertisseur. Il se peut que les pourcentages soient moins élevés dans l'ouest du Canada et dans les très petites collectivités. Pourquoi est-ce le cas? C'est le cas parce que la population n'avait pas accès à beaucoup de canaux.

Il est de plus en plus logique pour les gens d'acheter un convertisseur ou d'acheter un téléviseur qui en est déjà équipé, à cause du nombre de canaux qui ne cesse d'augmenter depuis quelques années. Donc il y a de moins en moins de gens qui n'ont pas de convertisseur.

[Texte]

problem, so we are not going to have much of a reason to distinguish between people who can just receive 12 channels and people who can receive the whole basic service. Everyone is going to be able to receive the whole basic service very shortly.

M. Blackburn (Jonquière): Cela m'étonne un peu. Prenons l'exemple de la chaîne française de TVOntario. Que demandent les gens de Thunder Bay? Ils veulent avoir la chaîne française de TVOntario sur la bande de base. J'imagine que c'est important pour eux en raison des coûts; ils n'auraient pas alors besoin de convertisseur. Vous me dites que de plus en plus de gens ont un convertisseur et que le problème devient de moins en moins important. Selon vous, cette question de bande n'a plus d'importance; que je puisse capter le signal sur le service de base ou sur la deuxième fréquence, de 13 à 22, n'est pas important, selon vous. Cela ne me semble pas conforme à la réalité. Les Canadiens veulent avoir le service au meilleur coût possible. Ils n'ont même pas besoin du câble quand le signal peut être capté sur la première bande.

Mr. Smith: That is not true. They still need cable for the first band. The services they are putting on that basic band for the example you used—TVOntario, La Chaîne Française—are only available by cable. That is not a broadcast signal at this time. Without cable, they do not get it at all. So let us not bring that confusion in.

As to whether a converter is needed or not, you are right. In a case where there are 90% converters, it does not really matter much where it is; 10% of the people would be affected, and it is just a matter of whom you are inconveniencing then.

For example, if La Chaîne Française was put on the basic band and displaced a channel—let us say it displaced one of the U.S. networks, for example—to the next service where you would need a converter, then anglophones and, in some cases, francophones who wanted to watch the U.S. service but who did not have a converter, 10% of the people, would have to go out and buy a converter.

In the reverse case, if you did not do that and La Chaîne Française was put on the higher-level service, then the 10% who did not have a converter... the francophones who wanted to watch La Chaîne Française would have to go out and buy the converter.

So it is a question of which of the 10% are doing the buying. We are only talking about 10% now, and it is a decreasing number.

M. Blackburn (Jonquière): Est-il souhaitable qu'aucune station américaine ne puisse être captée sur la bande de base afin que les gens, par exemple les Franco-Ontariens de la région de Thunder Bay, puissent capter la première catégorie de services sur la bande de base? Tous les canaux américains seraient alors sur la deuxième bande élargie.

[Traduction]

Bientôt, ce ne sera plus un problème, donc il ne sera plus nécessaire de faire la distinction entre les gens qui n'ont accès qu'à 12 canaux et à ceux qui ont tout le service de base. Très bientôt, tout le monde va avoir accès à tout le service de base.

Mr. Blackburn (Jonquière): I find that somewhat astonishing. Let us look at the example of TVOntario's French network. What are francophones in Thunder Bay asking for? They want TVOntario's French channel on the basic channels, 2 to 13. I imagine this is important to them because of the costs involved; they would not have to buy a converter then. You say that more and more people have converters and that the problem is becoming less and less important. As far as you are concerned, the question of whether or not a signal can be received on the basic channels, 2 to 13, or on the second band, channels 13 to 22, is simply not important. I do not think your position reflects what we have heard. Canadians want services at the lowest possible cost. They do not even need cable if they can get a signal on the first band.

M. Smith: Ce n'est pas vrai. Ils ont toujours besoin du câble pour la première bande. Les services de la bande de base, par exemple l'exemple que vous avez cité, celui de la chaîne française de TVOntario, ne sont disponibles que sur le câble. Ce n'est pas un signal qui est radiodiffusé à l'heure actuelle. Sans le câble, les gens ne peuvent pas capter ce signal. Donc, ne mêlons pas les cartes.

Vous avez raison pour ce qui est de la question de la nécessité du convertisseur. Si 90 p. 100 de la population a un convertisseur, il y a toujours 10 p. 100 de la population qui n'en a pas. Il s'agit tout simplement de savoir qui fait partie de ce groupe de 10 p. 100.

Si, par exemple, La Chaîne française était offerte sur la bande de base, évinçant de ce fait un des réseaux américains, les anglophones et les francophones qui voulaient capter le signal américain mais qui n'avaient pas de convertisseur, ces 10 p. 100 de la population, seraient obligés d'acheter un convertisseur.

Dans le cas contraire, si La Chaîne française était disponible sur la deuxième bande, les 10 p. 100 de la population qui n'ont pas de convertisseur... Les francophones qui voulaient regarder La Chaîne française seraient obligés d'acheter un convertisseur.

Il s'agit de savoir quels 10 p. 100 de la population va devoir acheter un convertisseur. Il ne s'agit que de 10 p. 100 de la population, et ce chiffre diminue constamment.

Mr. Blackburn (Jonquière): Is it desirable that no American station be available on the basic channels, in order that people, such as Franco-Ontarians in the Thunder Bay area, can get the first category of service on the basic channels? In this case all the American channels would be on the broader second band.

[Text]

[Translation]

• 1815

Mr. Smith: It is a matter of policy. I guess what we have followed in Ontario is the Ontario government's designated area policy where it sets out criteria for designated areas. That was used as the framework. I guess, for where La Chaîne française would be carried always on the basic 12, where Hamilton, Toronto, as I said before Sudbury, obvious areas where either 5,000 people or more than, I think it was 10% of the population, were francophone. Then there is no option to moving it off the basic band. But where that number is not achieved it was felt that perhaps that rule should not be quite as rigid.

M. Blackburn (Jonquière): Vous n'avez pas répondu à ma question. Est-il souhaitable que les stations américaines ne puissent pas être captées aux canaux 2 à 13?

Mr. Smith: As I mentioned earlier, it is again a question of balance. As long as there is one person left in the community, you cannot satisfy everybody all the time. It is a matter of balance. It is a zero-sum game and when you make it convenient for someone, you make it inconvenient for someone else. It is not up to the cable industry to decide who is going to be inconvenienced and who is not. We are following policies and if the CRTC sets a policy, it makes the decision on who is going to be inconvenienced and who is not. Or if the Broadcasting Act sets that, they are making a decision. You cannot satisfy everybody. We have a fixed number of channels. You cannot put 13 channels in 12 spaces, not yet anyway. So if someone makes the decision as to what the policy is going to be, then we are fully prepared to follow it.

Mr. Moody: The cable industry is the only industry I know of where 51% of its content is Canadian. When I go into Coles Bookstore, no one tells me to take a Canadian book if I buy an American book. The cable industry meets that criterion. Over half of its programming is of Canadian content.

I moved here to Toronto from western Canada in the 1960s and every house in the city had an antenna on it because people were determined to see American programming. I think it would be a very brave regulation for anyone to say that all channels 2 to 13 would be Canadian, because viewers would be very upset about it. It is the viewers' choice.

I think cable is the instrument of carrying out policy, but to suggest that all channels 2 to 13 and anyone who does not have a converter would then only watch Canadian programs, I think would be. . .

Le président: Merci, monsieur Blackburn.

There are some imperatives, of course, of Canadian public policy, gentlemen. It seems there is an Ontario government policy at play here and I think it is one we

M. Smith: C'est une question de politique. En Ontario, on a suivi la politique des régions désignées du gouvernement de l'Ontario, qui fixe certains critères. C'est d'après ces critères, je crois, qu'on a décidé que La Chaîne française serait toujours offerte sur le canal de base 12, à Hamilton, à Toronto, et à Sudbury, des régions où la population francophone était soit de 5.000 soit 10 p. 100 de la population totale. Dans ces cas, il faut que La Chaîne française soit offerte sur les canaux de base. Mais dans les cas où on ne répond pas aux critères, on a jugé qu'il fallait faire preuve d'un peu plus de souplesse.

Mr. Blackburn (Jonquière): You did not answer my question. Is it desirable that American stations not be available on the basic channels, 2 to 13?

M. Smith: Comme je l'ai déjà dit, c'est une question d'équilibre. On ne saurait satisfaire à tout le monde tout le temps. C'est une question d'équilibre. Si on donne un avantage à quelqu'un, on incommode quelqu'un d'autre. Ce n'est pas à l'industrie du câble de décider qui va avoir les avantages et qui ne va pas les avoir. Nous respectons les politiques et si le CRTC met en place une politique, c'est lui qui prend la décision. Si c'est une politique qui est prévue dans la Loi sur la radiodiffusion, c'est le législateur qui a pris la décision. On ne peut pas plaire à tout le monde. Le nombre de canaux est fixe. On ne peut pas avoir 13 canaux là où il n'y a que de l'espace pour 12. Du moins, pas encore. Si quelqu'un prend une décision de politique, nous sommes parfaitement disposés à la respecter.

M. Moody: L'industrie du câble est la seule que je connaisse où 51 p. 100 du contenu est canadien. Lorsque j'entre dans une librairie Coles, personne ne me dit d'acheter un livre canadien plutôt qu'un livre américain. Mais on impose ce genre de critère à l'industrie du câble. Plus que la moitié de la programmation est canadienne.

Je me suis réinstallé à Toronto, en provenance de l'Ouest, pendant les années 60, et à l'époque, chaque maison de la ville avait une antenne, car les gens tenaient mordicus à voir la programmation américaine. Je crois qu'il faudrait beaucoup de courage pour mettre en place un règlement selon lequel tous les canaux, de 2 à 13, seraient des stations canadiennes, car les téléspectateurs seraient très mécontents. C'est aux téléspectateurs de choisir.

Je crois que le câble sert à mettre en oeuvre la politique, mais l'idée de consacrer les canaux 2 à 13 aux émissions canadiennes et l'idée de devoir avoir un convertisseur pour capter les autres émissions, seraient, à mon avis. . .

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn.

La politique du gouvernement comporte certaines exigences, bien entendu, messieurs. Il semble qu'il y a une politique du gouvernement de l'Ontario qui intervient

[Texte]

will examine and see how it interlaces and see if it really enhances the Canadian public policy objectives.

Gentlemen, you have been of help to us today. I overlooked my parliamentary manners and did not remark on the brief presence here of the hon. member for York Centre, Bob Kaplan, who sat in. He is not a member of our committee, but he was here. He is a local member and he was interested and we are pleased that he did so. And we are glad to have had you. Thanks very much.

Mr. Smith: Thank you.

The Chairman: Now we come to our final witnesses for the day. We would ask Mr. Ted Rogers and Mr. Phil Lind to come to the table. We had the privilege in Montreal of receiving Mr. André Chagnon of Vidéotron, and now we have Mr. Rogers. It is like receiving a visit from the Pope and the Archbishop of Canterbury in the same month. It is an honour. It is remarkable and we do not quite know what to make of it. Sir, you are welcome and we invite you to give us an introductory statement and then I think you know the drill. We will have some questions for you. Mr. Rogers.

Mr. E.S. Rogers (President and Chief Executive Officer, Rogers Communications Inc.): Thank you, Mr. Chairman. I was beginning to wonder. I thought that after all you have gone through you might need time to think it over and we might be postponed until tomorrow morning. Anyway, it is a great pleasure to be here.

• 1820

The Chairman: That, sir, is a CRTC trick. We would never succumb to it.

Mr. Rogers: Well, Phil Lind and I will do our best to respond to your concerns and to your questions.

I have a prepared statement, which has been submitted, the 15 copies, but I will simplify it and paraphrase.

I started my own cable system over 20 years ago, and tomorrow night we are celebrating the 35th anniversary of London Cable, which was started by Ed Jarman in 1952. Canada has been a true pioneer in cable television, and has a tremendous amount to be proud of. This industry, as you have seen by your visits, has been built by small businessmen who over the years, through dint of hard work, have built larger businesses. There has been lots of risk. Most of us have had mortgages on our homes. There was risk then and there is risk now. Of course, that is the opposite of a common carrier where it implies little risk.

We started with 12 channels, and we are now building 60 channels. In 10 years or sooner there will be over 100 channels fully interactive. Our ambition at Rogers is to

[Traduction]

dans ce cas, et je crois que nous allons l'examiner pour savoir si elle favorise l'atteinte des objectifs du gouvernement canadien.

Vous nous avez aidés, messieurs. J'ai oublié la politesse parlementaire en ne pas signalant la présence de l'honorable député de York Centre, Bob Kaplan, qui a participé brièvement à l'audience. Il n'est pas membre du Comité, mais il a été présent. Puisque c'est un député de la région, il s'est intéressé à nos travaux. Nous l'en remercions. Nous sommes heureux de sa présence. Merci beaucoup.

M. Smith: Merci.

Le président: Nous arrivons maintenant à nos derniers témoins. Nous allons demander à M. Ted Rogers et à M. Phil Lind de bien vouloir s'approcher de la table. À Montréal, nous avons eu le privilège d'entendre M. André Chagnon, de Vidéotron, et maintenant nous recevons M. Rogers. C'est comme si on recevait la visite du Pape et de l'archevêque de Cantorbéry dans le même mois. C'est tout un honneur. C'est quelque chose de remarquable, que nous ne comprenons pas tout à fait. Nous vous souhaitons la bienvenue, et nous vous demandons de faire un exposé liminaire. Comme vous le savez, nous allons ensuite vous poser des questions. Monsieur Rogers.

M. E.S. Rogers (président et directeur général, Rogers Communications Inc.): Merci, monsieur le président. Je commençais à me poser des questions. Après tous vos ennuis, j'aurais cru qu'il vous fallait du temps pour réfléchir et qu'on aurait pu reprendre la séance demain matin. Quoi qu'il en soit, je suis très heureux d'être ici.

Le président: C'est un vieux truc du CRTC que nous connaissons fort bien, et il n'est pas question que nous tombions dans le panneau.

M. Rogers: Nous allons Phil Lind et moi essayer de répondre à vos questions.

Je voudrais, si vous me le permettez, commencer par résumer notre exposé, dont vous avez tous reçu un exemplaire.

Cela fait plus de 10 ans que j'ai lancé ma propre entreprise de câblovision; demain soir nous célébrons le 35^{ième} anniversaire de *London Cable* créé en 1952 par Ed Jarman. Le Canada a fait oeuvre de pionnier dans le domaine de la câblovision, et nous avons tout lieu d'en être fiers. Comme vous avez pu le constater lors de vos visites sur place, ce secteur a été créé de toutes pièces par les patrons de petites entreprises, qui grâce à un travail acharné, ont maintenant pris de l'envergure. On a dû surmonter de nombreux risques. Nous avons tous presque été obligés d'hypothéquer nos maisons. D'ailleurs les risques sont toujours là. Par contre la télévision d'État n'a pratiquement pas de risques.

Alors que nous avons commencé avec 12 chaînes, nous sommes maintenant en train d'en installer 60. D'ici 10 ans, peut-être même plus tôt encore, il y en aura sans

[Text]

carry every service licensed by the government—French, English, Italian—no matter what it is, and that is why we have built the plant and are building the plant we have. We think every community across Canada deserves that type of service. But of course it does take a tremendous amount of capital, and it takes a tremendous amount of work.

Ever since the beginning of our industry, Mr. Chairman, the industry has been chased and persecuted by that bureaucratic colossus, the telephone company. We today use cable, fibre, microwave, and satellites to deliver dozens of video signals to millions of Canadian homes. We can look after all the nation's video needs today and tomorrow, through the century. We will supply fibre when and if it is economic for the distribution system, which it clearly is not today, over the foreseeable future, which is the next five years. We will use fibre or whatever other technology is useful for the plant and for the distribution system.

Mr. Chairman, the suggestion that the telephone companies duplicate our video distribution system is a giant regulatory boondoggle on the part of the fabulously rich telcos. It is duplicative, unnecessary, wasteful, and would be a huge rip-off of the telephone subscribers. Fibre has a limited and good use today, but it is being promoted by some as Telidon was promoted a few years ago. It is a hoax in the terms of the promoters.

Our thesis is that the Canadian broadcasting system is the finest in the world, and it is getting better every year. Our thesis is that Rogers cable provides the finest service of any cable company in North America, the finest engineering, innovative community programming, excellent result-oriented marketing. We submit that without the programming efforts of Rogers over the years over various channels, our communities and our nation would be much the poorer. Therefore, with our record, suggestions that we not be involved in programming and that we be excluded from that type of activity of building a Canadian nation are very offensive to us. We feel very strongly about it and wish to denounce them.

Mr. Chairman, I think that summarizes the text. We would be available for any questions, should you have any at this late hour.

The Chairman: Oh, I think we can assure you that we will have some questions, Mr. Rogers. We would not want to let you down. Mr. Caldwell, would you like to begin, please.

Mr. Caldwell: Mr. Rogers and Mr. Lind, welcome. I am somewhat disappointed that you did not read all your presentation, but I did read it. There are some things in it I think this committee can use. I noticed at the end of your presentation that Rogers provided one week of live television from the Russian network and that it met with overwhelming approval from your subscribers. Has Rogers gone soft on capitalism, or what has happened?

[Translation]

doute 100. La Société Rogers a l'intention de diffuser toutes les émissions proposées par l'État, que ce soit en langue française, anglaise ou italienne, et c'est la raison pour laquelle nous avons construit toutes ces installations. Toutes les agglomérations du pays devraient être desservies par ce réseau, mais cela exige, bien entendu, d'énormes capitaux ainsi que beaucoup de travail.

Depuis le début nous avons été en but aux brimades de ce colosse bureaucratique qu'est la Société de téléphone. Actuellement nous utilisons le câble, la fibre, les micro-ondes et les satellites pour diffuser des douzaines de signaux à des millions de foyers au Canada. Nous sommes tout à fait à même de satisfaire la totalité des besoins de la population dans ce secteur jusqu'à la fin du siècle. Nous fournirons la fibre lorsque cela deviendra rentable, ce qui n'est pas encore le cas actuellement et ne le sera sans doute pas avant cinq ans. Nous utiliserons toutes technologies nécessaires pour assurer la distribution des signaux dans les meilleures conditions.

Si les sociétés de téléphone devaient se lancer, elles aussi, dans la distribution vidéo, ce serait un énorme gaspillage parfaitement inutile et une véritable spoliation des abonnés de téléphone. La fibre optique possède effectivement certaines qualités qui la rendent intéressante, mais ses promoteurs en parlent comme on parlait de Télidon il y a quelques années. Or les promoteurs cherchent à nous induire en erreur.

Le réseau de radiotélévision canadien est le meilleur au monde à notre avis et il s'améliore d'année en année. La Société Rogers est la meilleure entreprise de câblovision de l'Amérique du nord disposant d'un excellent équipement et d'une excellente politique de commercialisation, et offrant une programmation communautaire novatrice. Si la Société Rogers de câblovision n'avait pas existé, c'est le pays tout entier qui s'en serait ressenti. C'est pourquoi nous trouvons scandaleux que l'on puisse chercher à nous évincer des activités de programmation.

Voilà, monsieur le président, les grandes lignes de notre exposé. Nous nous ferons maintenant un plaisir de répondre à vos questions bien qu'il soit déjà très tard.

Le président: Nous avons certainement des questions à vous poser, monsieur Rogers, n'ayez crainte. A vous de commencer, monsieur Caldwell.

M. Caldwell: Je voudrais tout d'abord souhaiter la bienvenue à M. Rogers et M. Lind. Je regrette que nous n'ayez pas lu le texte de votre exposé en entier. Moi, par contre je l'ai lu et j'estime que le Comité aurait intérêt à tenir compte de certaines de vos observations. Vous dites vers la fin de votre exposé que la Société Rogers a retransmis pendant une semaine la télévision soviétique en direct et que vos abonnés l'ont énormément apprécié. Est-ce que vous n'êtes plus un incondtionnel du capitalisme?

[Texte]

[Traduction]

• 1825

Mr. Philip Lind (Senior Vice-President, *Rogers Communications Inc.*): Sir, I think it was more programming diversity, something quite different from what they had seen before. People were very interested in it. I think it would be fun to do one from Japan or China as well.

Mr. Caldwell: After they watch the Russian thing for a while, I think they would be very happy to get back to some other programming. When we were in Windsor CUCK Cable was there and discussed this matter of the MDS. I do not know how up to date you are. The MoTower is going up there with some 31 UHF channels to be available. What is your comment on that, Mr. Rogers?

Mr. Rogers: Mr. Chairman, I have always wanted to run as a Member of Parliament, but I have been too busy building my business. I think our business is a bit like politics. We want to promote Canadian content and Canadian programming. We want to give priority to it, but our problem is that people can pick up programming now from all sources and this is going to continue. We are talking about MDS. People can go over to Buffalo, pick up decoders, sign up over there for HBO and other services, bring the decoder back to Canada and plug it into their home or apartment building. I am told you can buy it here.

I guess we all agree that we are not going to be able to set up equipment brought in used from Cuba or stop signals from coming in here. We cannot do it. In the next two or three years small dishes will be in the hundreds of thousands. They will be able to tune into Russian programming or Japanese programming. It is difficult for members to accept that. We cannot build a wall around this country.

If we in the cable industry are stopped from putting on the cable programming and stations that people can get freely off-air—we are regulated by you—you do not really help, you just destroy us. People stop subscribing to cable and start to subscribing to other things. Out west they take the basic service and... We do not report it because they have HBO in one building out of two in the bulk apartments. I think this is the fundamental problem of the committee.

Mr. Caldwell: Have you looked at any of the assets in the Toronto area, for example?

Mr. Rogers: I was in MDS in the States.

Mr. Caldwell: Are you going to look at it for Toronto or other large areas?

Mr. Rogers: I hope not. We have the best and lowest cost distribution system there is. The MDS is wonderful in the winter, but in the spring it is sometimes difficult for the signal to get through the trees.

Mr. Caldwell: The Department of Communications seems to be indicating that they can stop the MDS signal at the border between Detroit and Windsor.

M. Philip Lind (premier vice-président, *Rogers Communications Inc.*): Il s'agissait essentiellement de présenter une nouveauté, quelque chose que les gens n'ont jamais vu. Et cela les a d'ailleurs beaucoup intéressés. Ce serait bien si on pouvait également présenter une émission provenant du Japon ou de Chine.

M. Caldwell: Quand on a vu les émissions soviétiques pendant un certain temps, je pense qu'on retrouve les nôtres avec plaisir. Lorsque nous étions à Windsor, nous avons discuté du SDC avec les représentants de CUCK. Je ne sais pas si vous êtes au courant de l'affaire. On est en train de construire une tour qui permettra la diffusion de 31 chaînes FUH.

M. Rogers: J'ai toujours rêvé de me présenter aux élections fédérales, mais j'étais trop occupé avec mes affaires, qui ressemblent d'ailleurs par certains aspects à la vie politique. Nous tenons nous aussi à promouvoir le contenu et la programmation canadienne en toute priorité, ce qui n'empêche que les téléspectateurs peuvent regarder les émissions de leur choix, quelle qu'en soit la source. Vous avez parlé du SDC. Or les gens peuvent se rendre à Buffalo pour y acheter un décodeur et s'abonner à la station HBO ou à d'autres et une fois rentrés chez eux, ils n'ont qu'à brancher leur décodeur. D'ailleurs, il paraît qu'on peut maintenant l'acheter ici.

Nous savons tous qu'il n'est pas question d'empêcher les gens de capter des émissions étrangères. D'ici deux ou trois ans, il y aura des centaines de petites antennes paraboliques, ce qui permettra aux téléspectateurs de capter des émissions russes ou japonaises. Que cela vous plaise ou non, nous ne pouvons pas construire une muraille autour du pays.

Dans ces conditions, si vous nous empêchez de diffuser des émissions que les gens peuvent de toute façon capter librement, vous nous condamnez en fait à la ruine, car les gens ne s'abonneront plus au câble. Ainsi, dans l'Ouest, ils parviennent à capter la station HBO dans pratiquement tous les grands immeubles. C'est quelque chose que vous ne semblez pas vouloir comprendre.

M. Caldwell: Est-ce que vous avez vu les installations dans la région de Toronto?

M. Rogers: J'ai été chez MDS aux États-Unis.

M. Caldwell: Est-ce que vous comptez l'introduire à Toronto ou dans d'autres régions?

M. Rogers: Non. Notre système de distribution est le moins cher et le meilleur de tous. Le SDC est formidable pendant l'hiver, mais au printemps il est difficile à capter à cause des arbres.

M. Caldwell: D'après le ministère des Communications, il y aurait moyen de brouiller les émissions SDC à la frontière entre Detroit et Windsor.

[Text]

Mr. Rogers: I do not know when God was brought into the DOC, but I can believe anything.

Mr. Caldwell: Let me ask you about the recent free trade agreement.

Mr. Rogers: It is a wonderful agreement.

Mr. Caldwell: It is wonderful because you are able to go into the States, but they are not able to come in here.

Mr. Rogers: No, that has nothing to do with the trade agreement. We have had that for years.

Mr. Caldwell: It stayed. Basically what was said at the cultural industry—

Mr. Rogers: I meant it is great because it is wonderful for our children and our grandchildren. We cannot survive without it.

Mr. Caldwell: You and Maclean Hunter are in the U.S. becoming major players, but we are being very restrictive about who can own cable companies in Canada.

Mr. Rogers: What is the matter with that?

Mr. Caldwell: I did not say there was anything wrong with it.

Mr. Rogers: It is wonderful.

Mr. Caldwell: That is your point of view.

Mr. Lind: There are anomalies. What we think is good about the free trade agreement is that the negotiators for Canada were able to achieve their cultural objectives. By and large they have left the cultural industries and the broadcasting industries as they were.

• 1830

In the United States cable does not come under any alien ownership regulations. Cable is not able to be owned here in Canada. Telephone companies are different again. In Canada, U.S. owners are allowed to own telephone systems. In the United States they are not. B.C. Tel is U.S.-owned. So these are anomalies, the rules on cable and telephone. But it balances out.

If an American is unhappy that they cannot own cable, we point out that at least they can own telephone companies, whereas Canadians could not do that in the United States.

Mr. Caldwell: One of the things this committee has been dealing with is how to get more Canadian production. Do you have any answer to that?

Mr. Lind: More money.

Mr. Caldwell: From where?

Mr. Lind: The communications sector, private broadcasters, public broadcasters, cable television systems—all these should offer more money. We are going to speak again of our desire to sell motion pictures on

[Translation]

M. Rogers: Peut-être le ministère est-il devenu omnipotent.

M. Caldwell: J'aimerais savoir ce que vous pensez de l'accord de libre-échange.

M. Rogers: C'est un accord formidable.

M. Caldwell: Cet accord est formidable puisque vous pouvez diffuser vers les États-Unis, mais eux ne peuvent pas diffuser chez nous.

M. Rogers: Non, cela n'a rien à voir avec l'Accord, car nous pouvions le faire depuis déjà des années.

M. Caldwell: Donc en ce qui concerne les industries culturelles...

M. Rogers: L'Accord est formidable du point de vue de nos enfants et de nos petits enfants. Nous ne pourrions pas survivre sans un pareil accord.

M. Caldwell: Votre société ainsi que Maclean Hunter occupent un créneau important aux États-Unis, alors qu'au Canada, la propriété de stations de câblotélévision est soumise à toutes sortes de restrictions.

M. Rogers: Et pourquoi pas?

M. Caldwell: Je n'ai pas dit que c'était mauvais.

M. Rogers: Au contraire, c'est formidable.

M. Caldwell: C'est votre avis.

M. Lind: Il y a toujours des anomalies. Ce qu'il y a de bien dans l'Accord de libre-échange, c'est que les négociateurs canadiens ont réussi à atteindre tous leurs objectifs culturels. Dans l'ensemble on n'a rien changé aux industries culturelles et à la radiotélévision.

Aux États-Unis, rien n'empêche des étrangers d'exploiter une société de câblotélévision, contrairement à ce qui se passe au Canada. Par contre, les Américains peuvent parfaitement exploiter une société de téléphone au Canada, alors que des étrangers ne peuvent pas le faire aux États-Unis. Ainsi la société B.C. Tel appartient à des Américains. Mais dans l'ensemble, ces diverses règles s'équilibrent.

Si les Américains se plaignent qu'on les empêche d'exploiter la câblotélévision chez nous, nous n'avons qu'à leur rétorquer qu'ils peuvent exploiter une société de téléphone au Canada, alors que les Canadiens ne peuvent en faire autant chez eux.

M. Caldwell: Est-ce que vous avez quelque chose à nous proposer pour augmenter le nombre d'émissions canadiennes.

M. Lind: Il faut plus d'argent.

M. Caldwell: Et d'où viendra-t-il, cet argent?

M. Lind: Dans le secteur des communications, les radiodiffuseurs privés et publics, les sociétés de câblotélévision devraient offrir davantage d'argent. Pour notre part, nous tenons à diffuser des longs métrages sur la

[Texte]

cable television to meet the terrific competition that exists in home video stores. If you allowed us to do that, there would be a 10% tax on each transaction, as there is on cable television, and we would see many millions of dollars going into the system.

Mr. Rogers: I think we should note that in radio, which is very important for nation-building, our company along with CHUM and Moffat founded a group called FACTOR a few years ago with about \$200,000. Since then over 30 broadcasting companies have joined. The DOC has put in lots of money, and millions have been spent on Canadian music. In the Juno awards the other night, you saw some of the returns from that investment.

We all want more, and there is more each year. There is a tremendous record of achievement. The same is true in the area of Canadian production. In the past three years there has been a tremendous increase, through the tax on cable, in funding of Canadian programming. There is now an opportunity for Canadian talent to find employment in Canada and help build a genuine Canadian culture. There is barely a home in Toronto that has not been touched by this production over the past year or so. It is increasing tremendously.

More can be done, but we should be careful to understand the trend line. It is very much up. We need all types of programming, not just the kind that can only be played in Canada. Our talent would like to be seen in other parts of the world, too.

Mr. Caldwell: I would like some quick comments on two of our so-called cultural institutions. The National Film Board, what should we do with it?

• 1835

Mr. Rogers: Mr. Lind says keep it out of TVCanada. If I were the Minister—and I would love to be the Minister—I would merge it with the CBC and I would have the production and the distribution together.

Mr. Caldwell: So it has outlived its usefulness.

Mr. Rogers: No, I think it is doing a great job. But I think it could do a better job if it were merged.

Mr. Caldwell: Why do you say it is doing a great job? Are you just being a nationalist, because it is easy to say the National Film Board is doing a good job, or do you have—

Mr. Rogers: I think they have been helpful to our company over the years. I remember when I started they provided some product. From what little I know, from my position, I think they have done a good job. But I am not as informed as you are.

Mr. Caldwell: What about the CBC?

[Traduction]

câblovision pour pouvoir concurrencer la vidéo. Si nous étions autorisés à le faire, chaque émission serait assujettie à un impôt de 10 p. 100, ce qui dégagerait des millions de dollars.

M. Rogers: Dans le domaine de la radio, qui a une importance nationale capitale, notre société ainsi que la CHUM et Moffat ont constitué il y a quelques années un groupe connu sous l'appellation de FACTOR, doté de 200,000\$. Trente autres sociétés y ont adhéré depuis. Des millions de dollars ont été dépensés en musique canadienne, y compris les crédits du ministère des Communications. Lors de la distribution des crédits régionaux qui a eu lieu l'autre soir, nous avons tous pu constater que cela rapporte des dividendes.

Chaque année la situation s'améliore. Finalement en ce qui concerne les réalisations canadiennes, grâce à la taxe sur la câblovision, on enregistre depuis trois ans une énorme augmentation des montants destinés aux émissions canadiennes. Les artistes canadiens trouvent maintenant du travail dans le pays et aident ainsi à créer une culture canadienne. Pratiquement tous les foyers de Toronto ont capté cette émission l'an dernier.

On peut toujours faire mieux, mais il faut commencer par se rendre compte que la tendance est à la hausse. Nous devons créer toutes sortes d'émissions et pas seulement celles qui sont destinées à l'usage intérieur. Il est important par ailleurs que l'on puisse voir nos artistes à l'étranger.

M. Caldwell: Qu'est-ce que vous proposez que l'on fasse avec l'Office national du film.

M. Rogers: M. Lind dit qu'il ne faut pas permettre à l'office de se mêler de TVCanada. Si j'étais le ministre, je fusionnerais Radio-Canada et l'Office national du film de façon à intégrer la production à la distribution.

M. Caldwell: Vous trouvez donc que l'office n'a plus de raison d'être.

M. Rogers: Non, au contraire, je trouve qu'il fait un excellent boulot. Mais s'il était fusionné avec Radio-Canada, il pourrait faire encore mieux.

M. Caldwell: Est-ce que vous dites cela simplement par nationalisme ou bien parce que. . .

M. Rogers: L'ONF a toujours aidé notre société. Tout au début, ils nous ont fourni certains films. Pour autant que je sache, ils ont fait un bon boulot.

M. Caldwell: Et que pensez-vous de Radio-Canada?

[Text]

Mr. Rogers: If I were the Minister, I would take the CBC and I would have an English network for television and a French network with a separate board and a separate president. I would do the same with the radios. I would have four presidents reporting to one chairman. That is what I would do.

Mr. Caldwell: That is all you would change.

Mr. Rogers: I think that is a very significant thing. We run our company where our broadcasting is totally separate from cable, with separate boards of directors, separate managements, separate bank loans. You say "that is all", but that is a very significant change from the colossus of a company that it now is.

Mr. Caldwell: It would seem to me you are creating more bureaucracy, doing it that way.

Mr. Rogers: It is a matter of opinion, sir.

Mrs. Finestone: Your observations, Mr. Rogers, about the fact that you do not want to stop programs from anywhere else because people are going to look for them anyway... I would agree with you. I am certainly one who does not believe one should stop programs. What I think one ought to do is to increase the opportunities to see Canadian programming. If there is an end goal for myself, anyway, it is that. You point out that this takes money. Well, if we are going to turn money over to other systems, it is going to be costly.

With that in mind, I wondered what you thought was going to happen with the kind of funds that are going to be involved in the retransmission rights. Have you calculated at all, based on the amount of American versus Canadian programming, the kind of funds you will be turning over?

Mr. Lind: Of course, as you well know, it would be significantly disproportionate. In other words, if they are calculated on the basis of viewing, which they are, it would be somewhat in the neighbourhood of the ratio of three or four to one to U.S. copyright owners. That is one of the concerns we as cable operators have raised over the years, that sure, there is a theoretical logic behind copyright legislation, but what public policy purpose are we trying to accomplish here? It seems what we are accomplishing is this theoretical fairness. I know it is not going to be any bonanza for Canadian copyright owners and therefore Canadian artists. It is not going to be. It is going to be largely a fund that will end up south of the border.

Mrs. Finestone: Do you think if that is implemented there might be an incentive to increase the amount of Canadian programs you carry, as opposed to American programs, by the mere fact of the dollar implications?

Mr. Lind: Remember, I said the allocation is going to be done on programming and on viewers. A tremendous amount of viewing of U.S. programs is done while Canadians are watching Canadian stations. That is where most Canadians access U.S. programs: on Canadian TV

[Translation]

M. Rogers: Si j'étais le ministre, je créerais un réseau de télévision séparé de langue anglaise et un réseau séparé de langue française, dotés chacun d'un conseil d'administration propre. Je ferais la même chose pour la radio. Il y aurait donc un président qui coifferait l'ensemble avec quatre directeurs sous ses ordres.

M. Caldwell: C'est la seule modification que vous avez à nous proposer?

M. Rogers: C'est déjà très important. Ainsi chez nous, la radio est tout à fait séparée de la câblovision avec des conseils d'administration, des directions et des opérations bancaires distinctes. Ce que je propose n'est donc pas si négligeable, et cela nous changerait du colosse que nous avons maintenant.

M. Caldwell: À mon avis, cela ne ferait qu'alourdir la bureaucratie.

M. Rogers: C'est une affaire d'opinion.

Mme Finestone: Il est vrai qu'on ne peut pas empêcher les gens de capter des émissions venant de l'étranger. Il ne faut pas à mon avis empêcher les gens de regarder ce qui leur plaît, mais offrir plus d'émissions canadiennes de façon à ce que les téléspectateurs aient la possibilité de les voir. Tel serait du moins mon but. Bien entendu, cela exige de l'argent, comme vous l'avez si bien fait remarquer.

Qu'est-ce qui va arriver avec les droits de retransmission? Compte tenu de la proportion d'émissions américaines et canadiennes que l'on diffuse chez nous, quels seront les montants relatifs des droits de retransmission qu'il faudra verser aux propriétaires?

M. Lind: Il y aura effectivement une forte disproportion. Si l'on calcule ces droits de retransmission en fonction des heures de diffusion, ce taux serait de trois ou quatre à un pour les propriétaires américains. C'est ce que nous avons d'ailleurs fait valoir en expliquant que même si la Loi sur les droits d'auteur a une raison d'être, il faut également tenir compte de l'intérêt national. Nous obtenons ainsi un équilibre purement théorique. Les propriétaires et les artistes canadiens ne s'y retrouveront pas vraiment. Le gros de ce fonds sera versé essentiellement aux États-Unis.

Mme Finestone: Est-ce que cela pourrait vous encourager à diffuser davantage d'émissions canadiennes plutôt qu'américaines pour avoir moins de droits de retransmission à verser?

M. Lind: La répartition de ces droits se fera en fonction du nombre d'émissions et du nombre de téléspectateurs. Les téléspectateurs canadiens voient beaucoup d'émissions américaines sur les stations canadiennes. C'est d'ailleurs sur les stations canadiennes que la plupart des Canadiens

[Texte]

stations. So you would have to get us not to carry what the existing Canadian stations are carrying, or you would have to get Canadian TV stations to reprogram their programming dramatically. You see, really it is the viewing of the programs, not the stations, that is going to trigger all the royalties south.

Mrs. Finestone: Well, you are going to have to purchase those rights as Canadian broadcasters or Canadian cable companies to carry those.

Would you agree with the suggestion that what you can get off-air does not fall under retransmission, it is only what you transmit into distant signals?

• 1840

Mr. Lind: That is certainly going to be our arguing position, absolutely. We claim that Canadian cable subscribers should not be disadvantaged in this fashion. If they can put up an antenna and receive say Buffalo from Toronto, they do not have to pay copyright. So why should we pay copyright on the Buffalo signals? On the other hand, distant signals clearly are copyright eligible.

Mrs. Finestone: You mentioned earlier something about telcos. I can recall arguing most vigorously, obviously not well enough, on Bill C-13—it was clause 7—and I sure did not win the day. So I am anxious to know whether you think the potential for competition from the telcos is real? Is it something that is just sort of a threat?

The Minister in May in Montreal made a statement indicating that she was going to restore—although I must say that there was some question about that because of the bill—the separation of carriage and content in the telephone industry in the context of Bill C-13. But it is not in the law and the law allows them. I would presume you welcomed that comment.

Mr. Lind: We understand that an Order in Council is pending, but we have not as yet seen it. We are certainly very anxiously awaiting it.

Mrs. Finestone: That would sort of vindicate my vigorous arguments. I would be quite happy.

What would the implications be if B.C. Tel or Bell Canada was able to expand?

Mr. Rogers: The objective of the telcos, as soon as they figured out that this industry they ignored and did not pioneer themselves—in my view because they are such a colossus and a bureaucratic monster that they just could not get their hands around a new service... Since Ed Jarman and Syd Welsh from Vancouver and a number of us started in it, they have been trying to take us over. They have been trying to argue that there should be only

[Traduction]

voient les émissions américaines. Pour réaliser ce que vous proposez il faudrait donc, soit nous interdire de transmettre ce que toutes les autres stations de télévision canadiennes transmettent, soit obliger l'ensemble des stations de télévision canadiennes à modifier leur programmation de fond en comble. C'est en effet en fonction des émissions vues par les téléspectateurs que sont calculées les redevances qui devront être versées aux États-Unis.

Mme Finestone: Mais ce sont les sociétés de câblovision qui doivent acheter les droits de retransmission.

Est-ce que vous êtes d'accord pour que les émissions captées en direct ne soient pas assujetties à un droit de retransmission, mais uniquement ce qui est transmis à distance?

M. Lind: C'est certainement ce que nous chercherons à faire valoir. Il est tout à fait injustifié de défavoriser ainsi les abonnés canadiens au câble. Il suffit en effet d'avoir une antenne pour pouvoir capter les émissions de Buffalo à Toronto sans avoir à payer de droits d'auteur. Dans ces conditions, pourquoi devrions-nous payer des droits d'auteur pour les émissions en provenance de Buffalo? Par contre, il est tout à fait normal de payer des droits d'auteur pour les émissions venant de plus loin.

Mme Finestone: Vous disiez tantôt quelque chose au sujet des sociétés de téléphone. Or, malgré tous mes efforts, je n'ai pas réussi à convaincre le gouvernement en ce qui concerne l'article 7 du projet de loi C-13. Est-ce qu'à votre avis, les sociétés de téléphone pourraient réellement vous concurrencer ou s'agit-il d'une simple menace?

Au mois de mai dernier, le ministre avait dit dans une déclaration à Montréal que le projet de loi C-13 réintroduirait la distinction entre le contenu et le contenant. Mais jusqu'à présent, ce n'est pas dans la loi. Vous êtes sans doute partisan d'une mesure de ce genre.

M. Lind: Il paraît qu'il y a un décret en conseil à ce sujet, mais nous n'en avons pas encore vu le texte. Nous l'attendons avec la plus grande impatience.

Mme Finestone: Il aura ainsi été prouvé que j'avais vu juste.

Qu'est-ce qui arriverait si la B.C. Tel ou Bell Canada était autorisée à se lancer dans ce secteur?

M. Rogers: Les sociétés de téléphone n'ont rien fait pour promouvoir la câblodistribution dans ses débuts, justement à cause de leur lourdeur bureaucratique. Mais depuis que Ed Jarman et Syd Welsh de Vancouver et d'autres ont lancé cette industrie, les sociétés de téléphone ont cherché par tous les moyens à nous reprendre. Elles prétendent assurer la totalité des services à l'aide d'un seul câble qui leur appartiendrait, quitte à nous louer le câble

[Text]

one wire and they should own it and they would lease some space to us for a few years and then we would be phased out. So their objective is to do that.

Of course, we have put in the video service to the home. They only have these small, narrow pairs, and therefore they cannot provide the video service. We are opposed to them coming into our turf on video because it is just wasteful and extravagant for a country like Canada. I likewise would acknowledge that we should not go into their turf, which is telephone business. But this country needs to have some competition on enhanced new services. Right now, Telecom Canada only has CNCP, and I think most would acknowledge that it is a most unequal fight. Therefore my dream is to be able to put together a CNCP, Rogers Cable, Cantel consortium to provide competition for enhanced services. It is good for the country, for new, innovative services, to have competition. If you just have one supplier, it does not get developed as quickly. But we should not provide phone service; that would not be economic. They should not provide the video service; that would not be economic.

Mrs. Finestone: You are both kind of monopolies in different fields right now. You do not have much competition where Rogers has a cable system.

Mr. Rogers: We feel tremendously under pressure—and I mean it most sincerely—from the rental of movies, which is taking probably as much money out of homes as cable does in our area. Secondly, the discs and the satellite to the home with high-definition television, far better quality than over-the-air broadcasters can deliver, is a tremendous threat to us over the next three to five years. MDS we have talked of.

There is a lot of competition in our business. There is no competition for people wanting to make phone calls.

Mrs. Finestone: Recently you made a bid to buy Selkirk Broadcasting. While the proposal did not go ahead, CRTC now deals with these proposals on a case-by-case basis. We at this table have had the feeling that there perhaps ought to be some kind of guidelines. You well know that in the United States such a bid would not even be receivable.

Mr. Lind: No, I do not.

Mrs. Finestone: Well, I understand that the United States does not allow cross-media ownership of that kind, nor concentration of power of that nature.

• 1845

Mr. Lind: No. The United States has strict rules on newspaper and television and they have rules that have since fallen away on the number of TV stations you can own, but I believe that under the U.S. rules, with the exception of the Hamilton TV station, a merger of that nature would have been permitted. And Calgary TV too.

Mrs. Finestone: Thank you for that clarification. I seem to have thought otherwise, so I thank you for that.

[Translation]

pendant un certain nombre d'années après quoi nous serions remerciés.

C'est nous qui avons installé le service vidéo dans les foyers alors que les compagnies de téléphone ne sont pas équipées pour le faire. Ce serait du gaspillage pur et simple que de permettre aux sociétés de téléphone de se lancer dans le vidéo. De même les sociétés de câblodistribution n'ont pas à se mêler de téléphone. Par contre, la concurrence est toujours bonne dans un nouveau service. Actuellement, le seul concurrent de Télécom Canada est le CNCP et en l'occurrence la lutte est tout à fait inégale. J'aimerais pouvoir fusionner Rogers Cable et Cantel afin de renforcer la concurrence dans ce secteur. La concurrence est en effet indispensable si nous voulons avoir de nouveaux services innovateurs. Lorsqu'il y a un monopole, les progrès sont plus lents. Par contre, nous ne devons pas nous mêler de téléphone pas plus que les compagnies de téléphone ne doivent se mêler de vidéo car ce serait du gaspillage.

Mme Finestone: En fait, vous bénéficiez chacun d'un monopole dans votre secteur. Vous n'avez pas tellement de concurrents dans le secteur de la câblodistribution?

M. Rogers: Pour nous la concurrence vient essentiellement de la location de films pour laquelle les gens dépensent pratiquement autant d'argent que pour la câblodistribution. De plus d'ici trois à cinq ans, les postes de télévision à haute définition qui permettront de capter une image d'une qualité de loin supérieure à ce que nous pouvons offrir seront une sérieuse menace. Il a déjà été question de SDC.

Donc, il y a énormément de concurrence dans notre secteur. Par contre, il n'y en a pas dans le secteur du téléphone.

Mme Finestone: Vous avez essayé de racheter la firme Selkirk Broadcasting récemment. Même si cela ne s'est pas fait, le CRTC doit examiner toutes ces propositions. Nous sommes d'avis que ce genre de transactions devraient être assujetties à certaines directives. Aux États-Unis, il n'aurait même pas été question d'un rachat de ce genre.

M. Lind: Non, je ne le savais pas.

Mme Finestone: Il paraît qu'aux États-Unis ce genre de fusion est interdite afin d'éviter une trop forte concentration dans un secteur.

M. Lind: Il existe aux États-Unis des règles strictes concernant la propriété de journaux et de stations de télévision; d'ailleurs en ce qui concerne ces dernières, les règles de propriété ont justement été modifiées. D'après ce que je sais, une fusion comme celle que je viens d'évoquer aurait été autorisée aux États-Unis.

Mme Finestone: Je croyais que c'était le contraire, mais merci de l'explication.

[Texte]

Nonetheless, as Canadian broadcasting becomes more concentrated, and I think you would agree with that, is it not becoming more important to establish clearer guidelines and do you think it might be advisable for the CRTC to hold a hearing to establish the kind of guidelines so that you do not get the kind of...? I mean, it must take a lot of money, time, effort, legal costs, to develop your proposals and if you would know what the playing field consists of, perhaps it would be clearer and of less concern.

Mr. Rogers: I think there is a great danger in the area of most of these subjects. Ownership is one and Canadian programming requirements is another example where I think the case-by-case method is much better for this country and for our viewers. I think if you make some flat rules, this country, as you Members of Parliament know so much better than I, has so many different faces, so many different parts, a rule that might be applicable for the Golden Horseshoe is most definitely not applicable for the West or the Maritimes. I think the country has been generally well served by the BBG and by the CRTC.

I think you have a lot of owner managers who are very personally involved and responsible and I think you have not had cases in this country. I think Allan Waters of CHUM has a tremendous number of radio stations. I think the Baton interests... but those are companies that are among the finest in North America and if we do not allow them to have a certain size we will have no whack on this continent at all. So I think as long as they are regulated, as long as they appear before groups such as this and you feel they are responsive, it is a wonderful plus for our country and not a negative. In my view it would be very harmful to make some rule that would not be applicable across the country and would not in this fast-moving environment probably last more than a year.

Mrs. Finestone: Mr. Rogers, as you know, with the Meech Lake accord this definition of Canada is that its fundamental characteristic is its bilingual nature. You also know that I have had an ongoing concern about the francophones outside Quebec, and I asked those questions in Saskatoon and Edmonton, etc. What way do you use to determine the demand or even make the potential clientele aware that if there were a significant demand in the west or in the east, as a matter of fact in Newfoundland, you could facilitate that desire to assure that the fundamental characteristic is met and that bilingual services are available?

Mr. Lind: First, you heard Mr. Rogers say that once we get our capacity up to where we want it to be, we want to carry services in English and in French wherever. How do we determine whether there is a demand? In Vancouver, for example, for several years we assisted in subsidizing the delivery mechanism for the French-language pay service in Vancouver. Because it was on, we were able to determine the demand and there was I think about 11 or 12 customers after two or three years of delivery. So we

[Traduction]

Quoi qu'il en soit, ne pensez-vous pas qu'avec la concentration croissante du secteur de la télévision au Canada, des directives plus explicites deviennent indispensables; le CRTC pourrait organiser des audiences à cet effet. La préparation d'une offre d'achat exige beaucoup de temps, d'argent et d'efforts, et si vous aviez connu les règles d'avance, vous auriez su à quoi vous en tenir.

M. Rogers: C'est une question extrêmement délicate. La propriété d'une station de télévision ainsi que le contenu canadien des émissions sont à notre avis mieux traités au cas par cas plutôt que par voie de réglementation générale. Étant donné l'étendue du pays et les différences régionales, une règle tirant sa raison d'être dans la région métropolitaine de Toronto serait absurde à l'Ouest ou dans les Maritimes. Le Bureau des gouverneurs de la radiodiffusion ainsi que le CRTC nous ont jusqu'à présent donné entièrement satisfaction.

La plupart des exploitants de stations de télévision sont des hommes qualifiés et responsables et il n'y a pas eu trop d'ennuis dans ce secteur. Ainsi, Allan Waters de la CHUM a toute une série de stations de radio. Je dirais la même chose du réseau Baton, les deux figurant parmi les meilleurs radiodiffuseurs de l'Amérique du Nord. Si on leur interdit d'acquérir une certaine surface, notre rôle en Amérique deviendra négligeable. Je trouve donc que la situation actuelle donne toute satisfaction tant que les différentes sociétés de télévision auront à comparaître devant le CRTC ou devant le Comité, comme nous le faisons en ce moment. On risque seulement de causer du tort en cherchant à introduire des règles qu'on ne pourrait pas appliquer dans le pays tout entier et qu'on serait de toute façon obligé de modifier au bout d'un an en raison de l'évolution de la situation.

Mme Finestone: D'après l'accord du lac Meech, la principale caractéristique du Canada est son aspect bilingue. Vous savez peut-être que je m'intéresse tout particulièrement au sort des francophones en dehors du Québec et j'ai ainsi déjà eu l'occasion de poser ces questions à Saskatoon, à Edmonton et ailleurs. Qu'est-ce que vous faites pour faire savoir aux gens que si un nombre suffisant de téléspectateurs à l'Ouest ou à l'Est en font la demande, vous pourriez leur offrir des émissions en français, conformément au caractère bilingue du pays.

M. Lind: M. Rogers vous a déjà expliqué que lorsque nous aurons une capacité suffisante, nous comptons diffuser aussi bien en anglais qu'en français. A Vancouver, nous avons pendant plusieurs années subventionné la télévision payante de langue française. Au bout de deux ou trois ans, nous n'avons relevé que 11 ou 12 clients. C'est ainsi qu'on peut savoir si oui ou non il y a une demande. Dans la région de Cornwall où les anglophones et les francophones sont également partagés plus ou

[Text]

were able then to determine very much what the demand was. Similarly, in our Cornwall system, where it is roughly 50-50, we have everything. So if there is any kind of a demand whatsoever, we try to accommodate it. We are very sensitive to that.

Mrs. Finestone: Is Radio-Canada on everything by obligation?

Mr. Lind: Radio-Canada would be, yes.

Mrs. Finestone: Even on the 2 to 13 systems?

Mr. Lind: Yes.

• 1850

M. Blackburn (Jonquière): Dans votre rapport que vous avez présenté au mois de mai dernier, vous nous faites part de ceci, à la page 10:

Nous croyons que les émissions que les Canadiens peuvent capter, avec des antennes, devraient aussi être offertes par câble. L'abonnement au câble ne devrait pas constituer un désavantage.

Je voudrais avoir des précisions sur la question des antennes paraboliques compte tenu de ce que vous dites. Jusqu'à combien de canaux peut-on syntoniser avec une antenne parabolique?

Mr. Rogers: You can receive several hundred channels through a dish.

• 1855

M. Blackburn (Jonquière): Si vous pouvez avoir plusieurs centaines de canaux avec une antenne parabolique, une compagnie comme la vôtre pourrait en diffuser combien? Sur le câble vous êtes quand même limités, car vous avez un nombre maximum de canaux de disponibles. Dans votre cas, c'est combien?

Mr. Rogers: We are now building 60 channels, and as I indicated before, we will have over 100 interactive channels within the next five or ten years. Many of the satellite signals I refer to are used for news-gathering, for stations sending it back to the network and so on. They are not mass-appeal programming; they are not designed for the public. I would estimate that on a satellite of that type there might be 30, 40, 50, 60.

Our objective is to carry on cable every single service that people can get over the air by any means—by satellite, by outdoor antenna, or anything like that.

Mr. Lind: Sir, if I could just elaborate, we are making a theoretical argument here as much as anything. Historically, for example, we take the position that a cable television subscriber in Toronto, for example, should be able to have permission from the government to get every signal that is available in the air. So every signal broadcast in the air that an antenna can get, we think a cable TV subscriber should get.

We are really continuing that argument, because what is happening to us is that we are under a lot of pressure

[Translation]

moins, nous offrons des émissions dans les deux langues. Chaque fois qu'il y a une demande, nous essayons de la satisfaire.

Mme Finestone: Est-ce que la loi vous oblige à retransmettre Radio-Canada partout?

M. Lind: Oui.

Mme Finestone: Même sur les canaux 2 à 13?

M. Lind: Oui.

Mr. Blackburn (Jonquière): In the report you presented last May, you say at page 10,

We think that the programs Canadians can get using dishes should also be offered by cable. Cable subscribers should not be a disadvantage.

I would like some information about dishes, in light of this comment. How many channels can people with dishes get?

M. Rogers: On peut capter plusieurs centaines de canaux avec une antenne parabolique.

Mr. Blackburn (Jonquière): You say that a dish can bring in several hundred channels. How many channels can a company such as yours broadcast? There are some limitations on cable, because there is a maximum number of channels available. How many are available to you?

M. Rogers: Comme je l'ai déjà dit, nous avons 60 canaux à l'heure actuelle, et nous aurons plus de 100 canaux interactifs d'ici à 5 ou 10 ans. Beaucoup des signaux de satellite auxquels j'ai fait allusion sont utilisés pour la cueillette des informations. Les stations envoient des informations au réseau, etc. Il ne s'agit pas d'une programmation populaire. Ces signaux ne sont pas destinés au grand public. Je dirais qu'un satellite de ce genre aurait 30, 40, 50 ou 60 signaux de ce genre.

Notre objectif est d'offrir sur le câble tous les services, sans exception, qu'on peut capter par quelque moyen que ce soit—par satellite, par antenne, etc.

M. Lind: Si vous me permettez de vous donner un peu plus de détails, je tiens à préciser qu'il s'agit d'un argument qui est aussi un peu théorique. Nous avons toujours adopté comme position qu'un abonné du câble à Toronto devrait avoir la permission du gouvernement de capter chaque signal qui est disponible. Autrement dit, nous estimons qu'un abonné du câble devrait avoir accès à chaque signal qui peut être capté par une antenne.

Nous poussons l'argument un peu plus loin, car nous nous trouvons dans une situation où les propriétaires des

[Texte]

from satellite receiving units being placed on large apartment buildings, and people will go into those apartment buildings to the owner and say: I will get you away from all the regulations; I will put this dish up on top of your roof; you can have all these services that the Canadian cable company cannot have—will never be able to have—so you take my service instead.

We say that acts totally to the disadvantage of the Canadian communications system. You do not get Canadian-priority signals, you do not get program substitution, and you do not get the tax going to Telefilm. So we are really arguing here more in a theoretical way for equitable treatment than we are to say we want to put on 100 or 200 signals.

M. Blackburn (Jonquière): Permettez-moi d'aller un petit peu plus loin sur ce point-là. Si un câblodistributeur avait le loisir d'offrir toute la gamme des services disponibles, le prix de base pourrait augmenter à combien par mois par client? Si demain matin cela était faisable, ça coûterait combien aux Canadiens pour avoir le câble à ce moment-là?

Mr. Rogers: Well, I might start and Phil can correct me. In the U.S. there is a very large basic service, with basically everything that is available except the pay channels, and that is around \$15 per month in the U.S.

M. Blackburn (Jonquière): Combien de canaux avec 15\$ peuvent-ils avoir à peu près?

Mr. Lind: Let us take, for example, Portland, Oregon, or Minneapolis, where we operate cable TV systems. We have, say, 50 local and satellite services, 55 let us say, and that is about \$15, and after that there are pay services, but you have to pay individually. But let me also say one other thing. We are not asking for unqualified right to carry these signals in the sky, because, of course, we would not want to carry pay-TV networks from the United States, because we have a pay-TV supplier in Canada. We would not want to carry the music, for example, the sports service, or others, because we already have those suppliers here.

• 1900

M. Blackburn (Jonquière): Et au plan des revenus publicitaires des stations de télévision, ou des chaînes de télévision, qu'est-ce qui pourrait leur arriver si on en arrivait à ouvrir le marché de la sorte?

Mr. Rogers: I might start by saying there is not much impact from distant signals. In other words, they do not seem to interfere with local advertising. They do not seek local advertising. They do fragment the audience—

M. Blackburn (Jonquière): Oui, mais alors les Canadiens auraient un ensemble de choix et les cotes d'écoute diminueraient automatiquement. Et les

[Traduction]

grands blocs d'appartements mettent en place des antennes paraboliques. Le vendeur d'antennes vient voir le proprio et lui dit: Je vais vous éviter tous les règlements; je vous installe une antenne parabolique sur le toit et vous aurez accès à tous les services que le câblodistributeur ne peut pas et ne pourra jamais vous offrir. Il lui demande donc de prendre ce service.

À notre avis, cette mesure va à l'encontre des intérêts du réseau de communications du Canada. Avec une antenne parabolique, on ne capte pas les signaux qui ont la priorité au Canada, on n'a pas de substitution d'émissions, et il n'y a pas de taxe versée à Téléfilm. Donc, nous présentons un argument plutôt théorique en faveur d'un traitement équitable, plutôt que de dire que nous voulons offrir 100 ou 200 signaux par le câble.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would like to take this point a little further. If a cable company could offer all the services available, how much would the monthly subscription rate increase? If all the services could suddenly be made available, how much would Canadians have to pay for cable?

M. Rogers: Eh bien, je peux commencer, et Phil me corrigera si j'ai tort. Aux États-Unis, il y a un service de base très important, qui offre à peu près tous les signaux à part ceux de la télévision payante, et le tarif est d'environ 15\$ par mois aux États-Unis.

Mr. Blackburn (Jonquière): About how many channels can subscribers get for \$15 a month?

M. Lind: Prenons l'exemple de Portland, en Oregon, ou de Minneapolis, où nous avons des services de câble. Il y a environ 50 ou 55 services locaux et de satellite, et le prix est d'environ 15\$. Il y a également des services de télévision payante, mais il faut les payer individuellement. Permettez-moi d'ajouter une autre chose. Nous ne demandons pas le droit sans réserve d'offrir tous les signaux disponibles, car il va sans dire que nous ne voudrions pas offrir les réseaux américains de télévision payante, car il y a un service de télévision payante au Canada. Nous ne voudrions pas offrir les canaux de musique, de sports ou d'autres, car nous avons déjà un service semblable au Canada.

Mr. Blackburn (Jonquière): And what would happen to the advertising revenues of television stations or television networks if we were able to open up the market in this way?

M. Rogers: Je devrais commencer par vous dire que les signaux lointains n'ont pas beaucoup d'influence. Autrement dit, ils ne semblent pas gêner la publicité locale. Ils ne cherchent pas de publicité locale, même s'ils fragmentent l'auditoire. . .

Mr. Blackburn (Jonquière): Yes, but then Canadians would have so many choices and the ratings would automatically drop. The companies would be less

[Text]

compagnies seraient moins intéressées à acheter de la publicité sur les chaînes traditionnelles.

Mr. Rogers: No, what happens in fact is if you put on more distant signals, if you put on, for example, two NBCs or two ABCs, it does not seem to fragment the local station's advertising. In fact, the local station does better with two or three similar foreign signals, because the Canadians, instead of watching one powerful American station versus one local, are fragmented over three. If you look at the ratings in Canada with cable, the ratings now show that CFTO is number one, and it has been number one for 10 years, if not 15 years. I believe the same is true in Vancouver and Montreal. The Canadian stations here are doing very well. The distant stations tend to fragment each other.

M. Blackburn (Jonquière): Mais monsieur Rogers, j'ai l'impression que ce n'est pratiquement pas possible. Si demain matin on augmentait la gamme de services disponibles, et si les Canadiens se retrouvent avec 100 canaux, on diminue la masse de personnes qui regardent un même programme et à ce moment-là Radio-Canada—ou les autres—vont avoir de la difficulté à vendre leurs émissions en termes de publicité, car il va y avoir moins de clients. Il y aura là des conséquences!

Mr. Rogers: I will just say that in 1952 cable started in London, and here in Toronto it was in about 1966. As we grew from 12 channels in Toronto to 20, and then to 36, I think it is a fact that the local market for television advertising in Toronto grew tremendously. We now have four or five stations competing here; yet the amount of fragmentation from distant signals is far greater than in 1965, when I started. That is a fact.

What tends to cause harm is when you license a second or third Canadian station and you then have a lot more competition for local advertising and for national advertising. For example, some years ago, when CFTO started, there were five calls on the shareholders for funds. In the end not even John David Eaton met the last call. Global went into receivership, as I recall, and the shareholders lost their money.

Most of the new stations go through tremendously difficult times, not from other stations from the States and so on, but just because of local conditions.

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie de ces précisions.

Ms McDonald: I have a few clean-up questions. If my questions are not as on-edge as possible, perhaps it is because I was co-opted by the program last night.

First of all, on the free trade agreement, I do not want to discuss general philosophies, but I would like some

[Translation]

interested in buying advertising on the traditional networks.

M. Rogers: Si l'on offre davantage de signaux lointains, par exemple de NBC ou de ABC, cela ne semble pas fragmenter la publicité de la station locale. La station locale s'en tire mieux même s'il y a deux ou trois signaux étrangers semblables, car, plutôt que de regarder une station américaine très forte, l'auditoire canadien va se partager entre les trois stations. Si on examine les cotes d'écoute au Canada avec le câble, on constate que CFTO est la station la plus populaire depuis 10 ans, sinon 15 ans. Je crois que la situation est pareille à Vancouver et à Montréal. Les stations canadiennes se portent très bien. Ce sont les stations étrangères qui viennent de loin qui ont tendance à fragmenter l'auditoire entre elles.

Mr. Blackburn (Jonquière): But I really do not think what we are talking about could be done, Mr. Rogers. If we were suddenly to offer Canadians all the services that are available, if they were to have 100 channels, we would be reducing the number of viewers of any given program, which means that CBC or the other Canadian networks will have trouble selling their advertising, because there are going to be fewer clients. There will be a tremendous impact!

M. Rogers: Je vais vous dire tout simplement que le service de câble a commencé à London en 1952, et ici à Toronto en l'an 1966 à peu près. À mesure que le nombre de canaux à Toronto est passé de 12 à 20, et ensuite à 36, je crois pouvoir vous affirmer que le marché local de la publicité à la télévision s'est élargi énormément. Il y a maintenant quatre ou cinq stations qui sont en concurrence, et pourtant il y a beaucoup plus de fragmentation à cause des signaux qui viennent de loin qu'il n'y en avait en 1965, au moment où j'ai commencé à travailler dans ce domaine. C'est un fait.

Là où on a des problèmes, c'est lorsqu'une deuxième ou une troisième station canadienne reçoit une licence. À ce moment-là, il y a beaucoup plus de compétition pour la publicité locale et nationale. Par exemple, il y a un certain nombre d'années, au moment où CFTO a été lancé, on a fait cinq demandes de financement aux actionnaires. Finalement, même John David Eaton n'a pas répondu à l'appel. Si je me souviens bien, la station *Global* a fait faillite, les actionnaires ont perdu leur argent.

La plupart des nouvelles stations vivent des moments extrêmement difficiles, non pas à cause des stations américaines, etc., mais à cause des conditions locales.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you for the clarifications.

Mme McDonald: Je n'ai que quelques petites questions à vous poser pour terminer. Si mes questions ne sont pas aussi à point qu'elles pourraient l'être, c'est peut-être parce que j'ai été récupérée par l'émission d'hier soir.

Je veux d'abord parler de l'accord sur le libre-échange. Je ne veux pas parler de la philosophie générale,

[Texte]

specific answers. Without the free trade agreement, do you have any difficulties operating in the United States?

Mr. Lind: No.

Ms McDonald: So this is not going to give you any added advantages you do not already have.

Mr. Lind: No, the free trade agreement is neutral communications-wise, so far as we can tell. It has a neutral impact on our radio, television, and cable operations in Canada and the United States.

Mrs. Finestone: Except for retransmission.

• 1905

Mr. Lind: I believe retransmission was inevitable, whether a free trade agreement had come or not. It is specifically alluded to in the free trade agreement, but I believe the pressure would have been there to have it regardless of a free trade agreement.

Mr. Rogers: I think the departments in Ottawa can confirm it.

Ms McDonald: I have a few clean-up questions in a variety of areas that have been touched on and one I do not think you have addressed specifically in the question period.

In your brief you state that Canadians would like to have more television choices available. I wonder if you are talking about Canadians in smaller centres or if you are talking about the Toronto situation. Have you any evidence that there is a real demand for more services in large communities?

Mr. Lind: Yes, I have a lot of evidence. The latest evidence seems to be the second PBS station in Buffalo. We have hundreds of letters from subscribers in Toronto urging that we place it on our dial. So far the commission has not approved it. In a large metro area where we have so much choice, it seems unfair that consumers still have this voracious appetite, but they have.

Ms McDonald: You are getting this from letters coming in. Have you done any studies? Do you interview your subscribers and ask them if there are things they are not getting that they would like to get?

Mr. Lind: We do call-out interviews. Each system manager and some head office people host a monthly phone-in show. We have done that ever since we began. We get subscriber feedback every two weeks or every month and we have a fair idea what our subscribers are thinking.

[Traduction]

j'aimerais plutôt des réponses précises. Avez-vous des problèmes pour fonctionner aux États-Unis maintenant, sans accord de libre-échange?

M. Lind: Non.

Mme McDonald: Donc l'accord ne va pas vous donner des avantages que vous n'avez pas déjà.

M. Lind: Non, à notre connaissance, l'accord sur le libre-échange n'a pas d'incidence sur les communications. Il a une incidence neutre sur nos activités dans les domaines de la radio, la télévision et le câble, au Canada et aux États-Unis.

Mme Finestone: Sauf pour ce qui est de la retransmission.

M. Lind: Je pense que cette retransmission était inévitable, avec ou sans accord de libre-échange. Il en est effectivement explicitement question dans l'accord, mais avec ou sans celui-ci, la réalité se serait imposée d'elle-même.

M. Rogers: Je pense que les ministères fédéraux le confirmeraient.

Mme McDonald: Pour terminer, j'ai quelques dernières questions à poser qui touchent un certain nombre de domaines qui ont été en partie abordés mais dont un a complètement été laissé de côté, je crois, au cours de cette période de questions.

Dans votre mémoire vous dites que les Canadiens aimeraient avoir un éventail de choix plus large à leur disposition. J'aimerais savoir si cela concerne les Canadiens des petites villes, ou si cela vaut également pour Toronto. Avez-vous la preuve que la clientèle des grands centres demande un éventail de choix plus large?

M. Lind: Oui, j'en ai diverses preuves. La dernière est cette deuxième station PBS de Buffalo. Nous avons reçu des centaines de lettres d'abonnés de Toronto qui nous demandent de l'ajouter à notre menu. Le Conseil, jusqu'ici, n'a toujours pas donné son autorisation. Il semble évidemment tout à fait injustifié que dans une métropole où les gens ont déjà tant de choix, ils se montrent si voraces, mais c'est ainsi.

Mme McDonald: Vous me parlez de lettres qui vous ont été adressées, avez-vous fait des études? Est-ce que vous interrogez vos abonnés, pour leur demander notamment quelles sont les émissions qu'ils aimeraient pouvoir recevoir?

M. Lind: Nous interrogeons notre clientèle, effectivement, par téléphone. Les directeurs de réseau, avec certains des dirigeants, organisent mensuellement une émission où nous entrons en communication téléphonique avec la clientèle. Nous avons toujours fait cela, depuis le début, ce qui fait que nous sommes tenus au courant des réactions des abonnés à toutes les deux semaines ou tous les mois, ce qui nous donne une assez bonne idée de ce qu'ils pensent.

[Text]

Mr. Rogers: I think it is important to understand that they are not seeking more programming in most cases. They want the freedom to watch it when they choose. It is the secret for people renting the tapes. Tens of millions of dollars are going in it. The second PBS channel will play a lot of the same programming, but at different hours. If you are at the office, a union meeting, or school, you can have a better opportunity to see it. People are clamouring for an opportunity to see programming when they choose, not just when the network powerhouses decide.

Ms McDonald: Could you give your views on guidelines for pay-per-view television? Should it be provided by the existing licensed movie channel operators? Should there be a national licence to someone? Should the Canadian content rules be as high as for movie channels? Should those who run one service have to spend a designated amount of Canadian programs as the movie channels do?

Mr. Lind: I can attempt to answer all those questions. We filed an application with the commission. Could I respond to those questions in writing?

Ms McDonald: Yes.

Mr. Lind: We think we ought to be very involved.

Ms McDonald: How would you see pay-for-view affecting the existing movie channels?

Mr. Lind: The same way home video affects the existing movie channels. It is going to happen. We think it probably tends to strengthen it because it makes people continue to rely on cable television as their source of entertainment and not getting into the car and going down to the corner grocery store.

Ms McDonald: Finally a question on retiering. It has been skirted around a number of times. With built-in converters it is becoming more academic. At what point is everyone going to have a built-in converter? When are the old machines going to stop being used?

Mr. Rogers: I would say probably within five years.

Ms McDonald: Is that based on anything or is it your hunch?

Mr. Rogers: It is based on about a second's thought. I would say five years. You could argue it is eight or perhaps four, but—

Mrs. Finestone: It is in the foreseeable future.

Mr. Rogers: Yes.

[Translation]

M. Rogers: Il est important de bien comprendre qu'ils ne demandent pas plus d'émissions, dans la plupart des cas, mais la possibilité de se brancher à leur guise. C'est d'ailleurs ce qui explique que beaucoup de gens louent des cassettes enregistrées. Cela représente des dizaines de millions de dollars. La deuxième chaîne PBS va rediffuser les mêmes émissions, dans bien des cas, mais à des heures différentes. On aura donc la possibilité de les voir, même si on a été retenu au bureau, à une réunion de syndicat, ou à l'école. Ce que demandent les gens, à cor et à cri, c'est de pouvoir choisir le moment où ils tourneront le bouton du poste, au lieu que ce soit les réseaux qui en décident.

Mme McDonald: Pouvez-vous nous dire comment la télévision à péage par film ou émission visionné devrait être organisée d'après vous? Est-ce que cela devrait être confié aux câblodistributeurs, déjà titulaires d'une licence pour un canal film? Devrait-on délivrer une licence nationale à un seul distributeur? Est-ce que le pourcentage de contenu canadien devrait être aussi élevé que pour les canaux films? Est-ce que les distributeurs qui offriraient ce service serait tenu d'offrir, comme dans le cas des canaux films, une proportion fixée à l'avance d'émissions canadiennes?

M. Lind: Je vais essayer de répondre à toutes ces questions. Nous avons déposé une demande auprès du Conseil. Pourrais-je peut-être répondre par écrit?

Mme McDonald: Oui.

M. Lind: Nous pensons en tous les cas que nous devrions participer à cette entreprise.

Mme McDonald: Quelles seraient, d'après vous, les répercussions de ce service sur les canaux film qui existent déjà?

M. Lind: Je pense que ces répercussions seraient comparables à celles des magnétoscopes que l'on a à domicile. C'est assez inévitable. Cela renforcera l'importance du câble, puisque les gens continueront à se servir de la télévision câblée pour leur divertissement, au lieu de prendre leur voiture et d'aller louer une vidéocassette.

Mme McDonald: Parlons maintenant du nouvel étagement. Il en a été plus ou moins question à diverses reprises. Avec les convertisseurs intégrés, la discussion devient de plus en plus sans objet. À partir de quand chacun d'entre nous aura-t-il un convertisseur intégré? Quand va-t-on arrêter de se servir des anciens appareils?

M. Rogers: D'ici à peu près cinq ans, je pense.

Mme McDonald: Est-ce que vous avez des indications concrètes vous permettant de le dire, ou est-ce simplement une prévision très personnelle?

M. Rogers: C'est plutôt une impression. Je dirais cinq ans. Cela pourrait être huit ou peut-être quatre, mais. . .

Mme Finestone: Dans un avenir pas si lointain.

M. Rogers: C'est cela.

[Texte]

Ms McDonald: Considering retiering in your large systems, could it be done so it served the purpose of strengthening the Canadian component of the broadcasting system?

• 1910

Mr. Rogers: Every time you mention retiering you are talking security. If you need to put a box out there that scrambles, you are talking about something that costs perhaps \$4 a month for nothing. The people do not get any programming for that. That is the cost, installation, and maintenance of the box. That is a very expensive, usually.

The other way is to put traps on the systems, but this is not very practical. It can be done, but the trouble is you put this expensive hardware in for people who are not buying the more expensive service. So who would pay for that expensive hardware? People have access to programming from so many different sources that it is probably impractical to think of that type of technique.

Mr. Lind: Program priority carriages is a form of tiering; it puts the Canadian stations right at the beginning of the dial. That seems to work relatively well. I suppose you could even tune those rules up somewhat and give even better placement to Canadian signals. We know from our U.S. experience that the people on the early stages—the 2 to 13, the 2 to 15—have the better chance.

Mr. Rogers: What they are thinking of is a cheap cable service with limited channels. Frankly, it costs you so much money to provide the cheap service that it is not cheap anymore.

Ms McDonald: Could the development of Canadian specialty services be enhanced by allowing the carriage of Canadian specialty services only on a low-cost second tier? Should access to a second tier be restricted to Canadian specialty services?

Mr. Lind: We are proponents of the big basic, generally speaking. We like a scenario whereby the off-air television stations plus some Canadian specialty services are placed on the basic service. Other Canadian specialty services, more expensive ones that people do not necessarily all want to take, sports, for example, might be placed with pay television. We are strong advocates of non-rigid rules in that regard, although clearly specialty services such as all-news would have to be on the basic to survive.

The Chairman: Part of the initial buy package.

Mrs. Finestone: To replace CNN, or would CNN stay there?

[Traduction]

Mme McDonald: Pourrait-on procéder à ce ré-étagement, dans des réseaux aussi importants que le vôtre, en renforçant la composante canadienne de notre système de radio et télédiffusion?

M. Rogers: Chaque fois que l'on parle de ré-étagement, il faut également parler de sécurité. S'il faut brouiller certaines signaux, cela va coûter 4\$ de plus par mois pour rien, sans que la programmation ne soit accrue. Cela englobe le coût, l'installation et l'entretien de cet appareil. En général, c'est assez cher.

L'autre façon de procéder est d'installer des mécanismes de brouillage au niveau du réseau, mais ça n'est pas très pratique. Cela peut être fait, mais il est ennuyeux de procéder à toutes ces installations coûteuses pour des gens qui ne vont pas nécessairement acheter le service plus cher. Qui va donc payer pour tout ce matériel coûteux? Les gens peuvent avoir accès aux émissions de tant de façons différentes, qu'il est à peu près impossible d'utiliser ce genre de technique.

M. Lind: La transmission prioritaire de certaines émissions est une forme d'etagement; lorsque les stations canadiennes sont placées au tout début de la série de canaux. Cela donne apparemment d'assez bons résultats. On pourrait même améliorer ce genre de règle, et mieux placer les signaux canadiens. D'après ce que nous savons des États-Unis, les premiers canaux—2 à 13, ou de 2 à 15—ont plus de chance d'être sélectionnés.

M. Rogers: Ce à quoi ils pensent, c'est d'offrir un service câblé à bon marché, avec un nombre limité de canaux. Mais franchement, cela coûterait de toute façon suffisamment cher pour ne plus être bon marché du tout.

Mme McDonald: Pourrait-on favoriser le développement des services spécialisés canadiens, en n'autorisant leur distribution que sur un deuxième volet d'abonnement à bon marché? Est-ce que ce deuxième étage devrait être réservé aux services spécialisés canadiens?

M. Lind: Nous sommes partisans d'un choix très large pour l'abonnement de base, de façon générale, c'est-à-dire qu'il faudrait y offrir les émissions des stations transmises sur les ondes, en même temps que certains services spécialisés canadiens. Les autres services spécialisés, qui coûtent plus cher, et que tout le monde ne veut pas forcément regarder, les sports, par exemple, pourraient être réservés à la télévision payante. Nous sommes également fermement partisans d'une grande souplesse dans ce domaine, mais de toute évidence, certains services spécialisés, tels ceux qui se consacrent aux informations uniquement, doivent faire partie de l'abonnement de base pour se maintenir.

Le président: Ces services feraient partie du groupe de canaux de base.

Mme Finestone: Et cela remplacerait CNN, ou est-ce que CNN resterait?

[Text]

Mr. Lind: CNN would go on a second tier.

Mr. Rogers: Because of the cost of the equipment, we found in the States that it got too confusing for the people answering the phone and too expensive for trapping and so forth. They have ended up more and more on what is sometimes called "big basic".

Ms McDonald: How big is basic?

Mr. Rogers: 35 or 40 channels. Pretty well everything that is available except the pay movie services. I am not advocating that for here, but the simpler you can keep it the better. We are not consumer-friendly with all these boxes and traps and things like that. It is a real problem. Over half the homes now have VCRs, and they find it difficult to connect up when there is all this equipment. It is much easier if it is just pure cable.

• 1915

Mr. Lind: But one thing on big basic, you have to be very sensitive to the price of the services you are putting on. One idea that was advanced in Caplan-Sauvageau was that TV Canada, for example, where for \$1, \$2, \$3, whatever it is a month, everybody would have to pay. We strongly oppose that, primarily because we feel our subscribers would feel very disadvantaged by it, would not appreciate it and would send us a message like "Take out the cable".

Mrs. Finestone: You really think they would disconnect.

Mr. Lind: We believe that.

The Chairman: Just before I let you go, gentlemen and colleagues, on the question of the so-called basic-basic, the 2 to 13, are you using the Barker channel on any of your systems, on one of those channels?

Mr. Lind: No, not on basic-basic.

The Chairman: I think Canadian Home Shopping is on, is it not?

Mr. Lind: It is not on basic-basic.

The Chairman: Is it not?

Mr. Lind: It is over the 2 to 13, it is over the V-band.

The Chairman: Okay. What I was getting at is desired channels getting shunted on to impaired channels. Obviously that is not happening, at least not for those reasons.

I would just like to go back if we could, Mr. Rogers, to the MDS question, because I am afraid the leaves on the trees did not stop me cold in my tracks. We were in Windsor earlier in September and coming out of the

[Translation]

M. Lind: CNN passerait dans le deuxième volet.

M. Rogers: Mais le coût du matériel finit par être excessif, et on s'est aperçu qu'aux États-Unis, d'après ce que les gens ont répondu au téléphone, que ça finissait par être trop compliqué, et que l'installation des mécanismes de brouillage finissait par coûter trop cher etc. De plus en plus on s'est rabattu sur ce qu'on appelle parfois «l'abonnement de base élargi».

Mme McDonald: Dans quelle mesure a-t-il été élargi?

M. Rogers: À trente-cinq ou 40 canaux. A peu près tout ce qu'il est possible d'avoir, sauf le service de films payant. Ça n'est pas ce que je demande pour le Canada, mais plus le système sera simple, mieux ce sera. Toutes ces appareils, et décodeurs ne sont pas du goût du consommateur. Voilà le problème auquel nous nous heurtons. Plus d'un foyer sur deux compte maintenant un magnétoscope, et avec tout ce matériel supplémentaire, les gens trouvent le branchement à faire trop compliqué. Lorsque l'on a juste le câble, les choses sont plus simples.

M. Lind: Mais lorsque vous parlez de ce grand service de base, il faut faire très attention au prix des programmes que vous y mettez. Dans le rapport Caplan-Sauvageau, on a notamment proposé, à propos de Télé-Canada, par exemple, de faire payer à tout le monde 1\$, 2\$, 3\$ par mois. Nous sommes tout à fait contre, du fait essentiellement que nos abonnés se sentiraient défavorisés, et nous enverraient sans doute une petite note du genre: «Enlevez-moi le câble».

Mme Finestone: Vous pensez vraiment qu'ils demanderaient qu'on leur coupe le câble.

M. Lind: C'est ce que nous pensons.

Le président: Avant de lever la séance, messieurs et chers collègues, j'aimerais vous demander si pour votre abonnement vraiment de base, de 2 à 13, vous offrez le canal Barker?

M. Lind: Non, pas pour l'abonnement vraiment de base.

Le président: Vous avez pourtant *Canadian Home Shopping*, n'est-ce pas?

M. Lind: Cela ne fait pas partie de l'abonnement strictement de base.

Le président: Ah?

M. Lind: C'est au delà de la bande 2 à 13, sur la bande V.

Le président: Très bien. Ce que je voulais savoir c'est si certains programmes se trouvaient ainsi évacués sur de mauvais canaux. De toute évidence, ce n'est pas ce qui se passe, du moins pas pour ces raisons.

Je voudrais, si vous voulez bien, monsieur Rogers, revenir à la question du système MDS, car je dois dire que ma curiosité n'a pas été complètement satisfaite par les réponses qui ont été données. Nous étions au début du

[Texte]

alarming news that we heard there was an understanding that your company and CUC had been involved in exploring MDS in Canada, the development thereof. Is that correct?

Mr. Rogers: Yes, we have worked with them.

The Chairman: Do you have an interest in MDS now, or have you backed away because of the leaves?

Mr. Rogers: We sold our interest in the U.S. because they were single channel MDS.

The Chairman: What about Can-Vid, was that a U.S. company?

Mr. Lind: I do not know it.

Mr. Rogers: May I say that intellectually I think the problem you see from MDS today is the problem that will be here with satellites, with the small dishes three years from now? So that intellectually they are one and the same issue. What are we going to do about it? That is where we have a problem in cable because we are not allowed to carry the PBS station in Buffalo or those new, local stations that everyone can pick up with an antenna in Toronto. So people will start putting up antennae. We are not allowed to do it for nationalistic reasons but it is a mug's game because the people will not be denied, whether it is MDS or. . .

The only way to win is to make our product better, whether it is cable fighting MDS or fighting satellite or over-the-air antennae.

The Chairman: You do not operate in Windsor. CUC does.

Mr. Rogers: We were in Leamington for some time.

The Chairman: You were in Leamington. I do not know whether the range from the Motower gets to Leamington or not, does it?

Mr. Rogers: Oh, yes. But we sold Leamington. We were there.

Mr. Lind: A little bit too far.

The Chairman: A little bit too far. But the point is that from the point of view of the committee there is a real, apprehended risk. If culture has sovereignty, and you have said that—you made your little declaration of faith at the beginning, Mr. Lind—then there is a perceived threat to our sovereignty in Windsor and Essex County and part of Kent County, the reason being that, as the Prime Minister said in his speech in Chicago a few months ago, culture is as important to us as national security is to the U.S.

[Traduction]

mois de septembre à Windsor, et d'après certaines de ces nouvelles alarmantes, votre société et CUC auraient collaboré à une étude du système MDS, que vous auriez voulu développer au Canada. Est-ce bien vrai?

M. Rogers: Oui, nous avons effectivement travaillé avec CUC là-dessus.

Le président: Vous intéressez-vous toujours à ce système de distribution multipoints, ou avez-vous fait marche arrière en raison des difficultés que cela pose?

M. Rogers: Nous avons vendu notre part aux États-Unis, parce qu'il s'agissait d'un système à canal unique.

Le président: Et Can-Vid, est-ce que c'était une compagnie américaine?

M. Lind: Je ne sais pas.

M. Rogers: Le problème que vous pose ce système de distribution multipoints aujourd'hui est, me permettrez-vous de le dire, exactement celui que poseront d'ici trois ans les petites antennes paraboliques. D'un point de vue théorique, c'est un seul et même problème. Qu'allons-nous pouvoir faire? C'est là que pour les câblodistributeurs la situation se complique, puisque nous ne sommes pas autorisés à transmettre PBS de Buffalo ou ces nouvelles stations locales que tout le monde peut capter de Toronto, avec une antenne. Les gens vont donc simplement commencer à installer des antennes. Pour des raisons qui tiennent à un certain nationalisme, nous ne sommes pas autorisés à le faire, mais au total c'est une escroquerie puisque les gens pourront toujours, qu'il s'agisse du système de distribution multipoints ou. . .

La seule façon de s'en tirer et de gagner est d'offrir un meilleur produit, que nous soyons en lutte avec le système MDS, le satellite ou les antennes réceptrices.

Le président: A la différence de CUC, vous ne travaillez pas à Windsor.

M. Rogers: Nous étions à Leamington à une certaine époque.

Le président: A Leamington. Je ne sais pas si la Motower est assez puissante pour arriver jusque là?

M. Rogers: Oh, si. Mais nous avons vendu Leamington. A une époque nous y étions.

M. Lind: C'était un petit peu plus éloigné.

Le président: Oui, mais il s'agit de savoir, pour le Comité, s'il y a un risque réel. Si nous défendons la notion de souveraineté culturelle, et vous en avez parlé vous-même—vous avez fait votre petite déclaration d'allégeance au départ, monsieur Lind—cette souveraineté, à Windsor, dans le comté d'Essex et de Kent, est menacée, et comme l'a dit le premier ministre dans son discours de Chicago il y a quelques mois, la défense de notre culture est tout aussi importante pour nous que peut l'être la notion de sécurité nationale pour les États-Unis.

[Text]

So in cultural terms there are 31 divisions poised on the frontier there, ready to come across the Detroit River. Apparently there is some kind of mirror agreement which provides for first-come, first-served access to those channels and the Americans came first and they served first. Are not people like yourselves, who really are strong proponents of using new technology when it makes sense. . . Does this technology not make sense? Why did somebody not get in there and get served first?

• 1920

Mr. Rogers: I am trying desperately to get you to think that this MDS, which goes 30 miles, say, is but the very first step—in other words, it is going to cover the whole country. Satellites cover the whole country. In the situation you are talking about, the threat to our sovereignty and so on is even more implicit from the satellites.

The Chairman: It is up there, not over there.

Mr. Rogers: That is right. You can see that and feel it. The satellite will be even more potent, and is, and you cannot stop them. We have our MDS slots and they have theirs. We will not stop them. We cannot take all of them and say, you cannot use them in Buffalo or along the border. We cannot with MDS, and we cannot with satellites. The only way I know how to win is to give as good a service here in this country, and I think we know how to do that. We do it in radio.

In my father's time there used to be more listening to Buffalo radio stations than to Toronto radio stations. We can still pick up the Buffalo stations, but our broadcasting stations are better on radio. We are better. We just have to be that way. We are becoming that way on television. People tune in to our newscasts and to our programs on CFTO and other stations because they are competitive. I do not think you can build the wall for MDS or even more importantly for satellite.

Phil's point about pay-per-view, it is the same thing. It is a mug's game to think you are stopping people from having pay-per-view. They are going to the store tonight and having it. All we are doing is stopping Canadian licensees from competing. It is like cutting off your arm.

The Chairman: Mr. Rogers, I concede all your points about satellites. I do not think anybody would deny that. I am just a little puzzled as to how it could happen that

[Translation]

Traduit en termes culturels, cela veut dire que 31 divisions sont massées à la frontière, prêts à traverser la rivière de Detroit. Il semble d'ailleurs qu'il y ait une espèce d'accord tacite qui fait que le premier arrivé est également le premier servi, pour ce qui est de l'accès à ces canaux, et comme les Américains étaient là les premiers, ils ont été servis les premiers. Est-ce que des gens comme vous qui d'habitude se font les champions de nouvelles techniques, lorsqu'elles ont une utilité, . . . est-ce que cette nouvelle technique ne peut pas être utile? Comment se fait-il que personne ne s'y soit intéressé pour faire partie des premiers servis?

M. Rogers: Je fais tout ce que je peux pour essayer de vous faire comprendre que ce système MDS, qui a un rayonnement de 30 milles, peut-être, n'est que la première étape. . . Bref, ça va finir par diffuser sur tout le pays. Les satellites le font déjà. Dans l'état actuel des choses, les satellites font peser sur notre souveraineté une menace beaucoup plus explicite.

Le président: Ils sont là-haut, et pas simplement de l'autre côté de la frontière.

M. Rogers: Exactement. Vous pouvez très bien le constater, ça se voit partout. Les satellites seront beaucoup plus puissants, le sont déjà, et vous ne pourrez rien y faire. Nous avons nos créneaux MDS, ils ont les leurs. Nous ne pourrions rien faire contre eux, et nous ne pourrions pas leur interdire de les avoir à Buffalo, ou le long de la frontière. Ça ne sera possible ni avec le système de distribution multipoints ni avec les satellites. La seule façon de s'en tirer et de gagner est d'offrir ici, dans ce pays, un service de qualité, et je crois que nous savons comment nous y prendre. Nous le faisons déjà dans le domaine de la radio.

À l'époque de mon père, on écoutait beaucoup plus les postes de Buffalo que ceux de Toronto. Nous pouvons encore recevoir les postes de Buffalo, mais dans le domaine de la radiodiffusion, nos stations sont meilleures. Voilà donc comment il faut s'y prendre. C'est ce que nous sommes en train de faire dans le domaine de la télévision. Qu'il s'agisse de CFTO, ou d'autres postes, du fait qu'ils sont compétitifs, les gens se branchent maintenant sur nos émissions d'informations et autres. Vous ne pourrez pas construire de ramparts contre le système MDS, ni même ce qui est encore plus important, contre le satellite.

Ce que vous a dit Phil tout à l'heure sur les émissions payantes est la même chose. C'est de la blague de croire que vous allez empêcher les gens de s'offrir l'émission à la carte. C'est ce qu'ils font d'ores et déjà en louant des cassettes. Tout ce que vous faites, c'est empêcher les titulaires canadiens de licences d'entrer en compétition. Vous vous nuisez à vous-mêmes.

Le président: Monsieur Rogers, je comprends tout ce que vous me dites à propos des satellites. Personne ne contesterait cela. Mais je suis tout de même un petit peu

[Texte]

everything. . . Maybe we should not be asking you this, but you are an expert in the field.

Mr. Lind: [*Inaudible—Editor*]

The Chairman: Yes, it is the guy from out of town, so you are the guy. How does it happen that Canadians let the Americans grab all the first choices in this narrow example?

Mr. Rogers: Let me get a little angry for a minute and say that, goddamn it, in this country to apply for a new service is the most indescribable pain anybody could ever have. I have gone in, I do not know how many times in my life, and they tell me there is no form to apply on; they have not accepted applications. I applied for pay-TV with John Bassett in 1972, and they finally licensed somebody in 1983. We are a very backward country when it comes to developing and taking advantage of entrepreneurs and so on. I think you as Members of Parliament ought to know that. That is the reason the Americans are there ahead of us, because we do absolutely nothing to encourage entrepreneurs to invest in our own country, and that is what forces people to go south of the border so often. We might do a lot more if we were allowed to, but we cannot apply for those. Do you know how many years ago Geoff and I applied? I think it was three years ago, and nothing has happened.

The Chairman: That was a joint venture. You are referring to Geoff Conway, are you?

Mr. Rogers: Yes, sir; and I could give you a dozen other applications that are sitting rotting. The children's channel.

Mr. Lind: We could have had a children's channel going 18 hours a day 5 years ago.

The Chairman: That is what might have been. Assist us in what could be and should be. You gentlemen have been around the system for a while, and you have managed in spite of those frustrations to get a few things done. What is your recommendation to us, Mr. Aspirant Member of Parliament? How do we who are here now, and who I guess would—I certainly would—welcome you as a colleague, do this? How do we make it more accessible to entrepreneurs?

Mr. Rogers: I guess the first thing is we are a small country, and that thought of sort of square pegs in round holes—cable people should not do this and broadcasters should not do that, and so on—with great respect you just cannot build a country that way. We are too small. I would start with that. I think many people who used to think we should divide people into different camps now do not believe that any more because the job just is not

[Traduction]

intrigué de vous entendre dire que tout ce qui arrive. . . Vous êtes quand même spécialiste dans le domaine, c'est ce qui explique toutes les questions que nous vous posons.

M. Lind: [*Inaudible—Éditeur*]

Le président: Oui, c'est toujours l'étranger qui a tort, en l'occurrence, c'est vous. Mais ne serait-ce que pour cet exemple assez limité, comment se fait-il que les Canadiens laissent les Américains s'adjuger la part du lion?

M. Rogers: Permettez-moi de me mettre en colère une seconde et de vous dire que dans ce fichu pays demander l'autorisation de lancer un nouveau service est la chose la plus douloureuse qui soit. J'y suis allé, je ne sais combien de fois déjà, pour m'entendre dire qu'il n'y a même pas de formulaire de demande; de ce fait, la demande n'est pas enregistrée. J'ai fait une demande de télévision à péage avec John Bassett en 1972, et finalement on a donné la licence à quelqu'un d'autre en 1983. Notre pays est extrêmement retardataire et ne sait pas tirer profit des potentialités du secteur privé. Vous qui êtes député devriez le savoir. C'est ce qui explique que les Américains arrivent à nous dépasser; nous ne faisons rien pour encourager les entrepreneurs à investir ici, et c'est souvent ce qui force les gens à émigrer au sud de la frontière. Si nous en avions autorisation, nous ferions certainement beaucoup plus, mais pour certains services, nous ne pouvons même pas demander autorisation. Savez-vous quand Geoff et moi avons fait une demande? Il y a de cela je crois trois ans, et nous attendons toujours.

Le président: Il s'agissait d'une entreprise en coparticipation? Vous parlez de Geoff Conway, n'est-ce pas?

M. Rogers: Oui; et je pourrai vous citer une douzaine d'autres demandes qui s'empoussièrent. Je pense par exemple au canal pour enfants.

M. Lind: Nous aurions pu déjà, il y a cinq ans avoir 18 heures d'émissions quotidiennes sur un canal pour enfants.

Le président: C'est une supposition. C'est du passé, et nous voudrions que vous nous prêtiez votre concours pour tout ce qui peut se faire aujourd'hui et demain. Voilà pas mal de temps que vous travaillez dans ce secteur, et en dépit de toutes ces difficultés, vous avez déjà réussi à faire pas mal de choses. Monsieur l'aspirant député, quelle serait votre recommandation? Que devons-nous faire, nous qui sommes ici, et qui serions certainement ravis de vous avoir comme collègue? Que devons-nous faire pour faciliter la tâche des entrepreneurs?

M. Rogers: La première chose est que nous sommes un petit pays, et que—sauf votre respect—vous n'arriverez pas à en faire quoi que ce soit si vous continuez à vouloir couper les cheveux en quatre comme cela: les câblodistributeurs ne pourront pas faire ceci, les radiodiffuseurs ne pourront pas faire cela, etc. Voilà pour commencer. Beaucoup de ceux qui pensaient à une époque qu'il fallait diviser et constituer des camps en sont

[Text]

getting done. We need every resource behind it to get the job done. That is the first point.

• 1925

The second point is that when you apply for something in this country, you have to show it will do no harm to anyone. The question is pay-per-view. It may harm the pay network. Well, why the hell do they not apply for pay-per-view? Why do they not provide it? Why is doing nothing peculiarly Canadian?

So we ought not to have to prove we are not going to harm anybody. We are going to provide a new, innovative service. You know as well as I know that at the CRTC, 95% of the questions, and the questions from groups such as this, are "is it going to harm anybody", not "is it going to provide a new, innovative service?" We have to make it easy for people to provide these services.

Mr. Lind: Let me be self-serving for a second. We applied for the cable public affairs channel, which is a service that would provide 24-hour public affairs programming: House of Commons coverage, Alberta, Nova Scotia, Ontario highlight legislative coverage, coverage of committees such as this—all kinds of public affairs broadcasting that is not being done. No one else applies for it. Yet it is still a toss-up. And one of the reasons it is a toss-up is that there are recommendations that cable should not be involved. Broadcasters do not want to be involved in it. No one else has applied for it. But because we are cable, maybe we should not have it. We argue, let a thousand flowers bloom.

The Chairman: Well, I think even Mr. Rogers would acknowledge there was some logic behind recommendation 81 in our sixth report, having to do with vertical integration. There was logic behind it, and I think you conceded that in your submission to the specialty hearings.

Mr. Lind: Precisely, sir, when you and others brought it to our attention that fairness and access rules had to be properly defined. And we think we have tried to respond to that.

The Chairman: Yes, there are three companies that have, and you are to be congratulated for that. I do not know whether that formula is ultimately going to be acceptable or whether it goes all the way. But thank you for recognizing the problem. There are others in this country who say there is no problem.

[Translation]

revenus, car ils s'aperçoivent que de cette manière le travail ne se fait pas. Pour que le travail se fasse, nous avons besoin d'une coalition de tous nos moyens et ressources. C'est la première chose.

De plus, il faut signaler que lorsque vous demandez quelque chose au Canada, vous devez prouver que cela ne nuit à personne. C'est le cas des services de télévision facturés par émission. Ce service pourrait nuire à la télévision payante. Pourquoi ne présentent-ils pas de demande pour obtenir le service de télévision facturé par émission? Pourquoi ne pas l'offrir? Pourquoi le fait de ne rien faire est-il typiquement canadien?

Ainsi nous ne devrions pas être tenu de démontrer que ce que nous voulons faire ne nuira à personne. Nous allons offrir un service innovateur. Vous savez tout aussi bien que moi que 95 p. 100 des questions que posent le CRTC, les groupes comme le vôtre, demandent si le service proposé nuira à quelqu'un et non pas s'il est innovateur. Nous devons faciliter la tâche à ceux qui veulent offrir ces services.

M. Lind: Permettez-moi d'être un peu égoïste pendant quelques instants. Nous avons demandé l'autorisation pour un canal qui offrirait 24 heures par jour des émissions sur les affaires publiques; les délibérations de la Chambre des communes, des assemblées législatives de l'Alberta, de la Nouvelle-Ecosse et de l'Ontario, de comités comme le vôtre—toutes sortes de délibérations qui ne sont pas télévisées actuellement. Personne d'autre n'a demandé à offrir ce service. Pourtant, c'est encore un peu à pile ou face. Une des raisons pour lesquelles ce n'est pas encore décidé c'est que certaines veulent écarter les câblodistributeurs. Cela n'intéresse pas les télédiffuseurs. Personne d'autre n'a demandé à offrir ce service. Pourtant parce que nous sommes des câblodistributeurs, on songe à nous refuser l'autorisation. Pourquoi ne pas nous permettre d'offrir des services innovateurs!

Le président: Je crois que même M. Rogers reconnaîtrait que la recommandation 81 de notre Sixième rapport était fondée sur des principes logiques; en effet nous recommandions une intégration verticale. C'était une recommandation logique et je crois que vous l'avez reconnu d'ailleurs lorsque vous avez participé aux audiences sur les services de programmation spécialisés.

M. Lind: Vous avez raison, monsieur, car avec d'autres vous nous avez rappelé que les règlements sur l'équité et l'accès n'avaient pas été définis de façon appropriée. Nous avons essayé de le faire.

Le président: Oui, trois compagnies l'ont fait et nous vous en félicitons. Je ne sais pas si cette formule sera acceptable ou si elle est vraiment complète. Je tiens à vous remercier d'avoir reconnu l'existence du problème. Il y a d'autres Canadiens qui disent qu'il n'existe aucun problème.

[Texte]

Mr. Rogers: Well, we feel like blacks in South Africa.

Mrs. Finestone: That is a bit much.

Mr. Rogers: We do. Many people say cable people are just bringing in foreign culture and contribute nothing. I think we are fed up with that. We contribute a tremendous amount, and we do not get the credit for it.

The Chairman: I think we will end on that note, Mr. Rogers. You have given us in these last few minutes enough to have made the journey worth while.

This session is adjourned.

[Traduction]

M. Rogers: Nous nous sentons un peu comme les Noirs en Afrique du Sud.

Mme Finestone: Vous exagérez!

M. Rogers: Non, c'est vrai. Bien des gens disent que les câblodistributeurs ne contribuent absolument rien et qu'ils n'amènent tout compte fait qu'une culture étrangère. Nous en avons assez. Nous contribuons beaucoup mais personne ne le reconnaît.

Le président: C'est là-dessus, monsieur Rogers, que nous mettrons fin à cette réunion. Les commentaires que vous nous avez présentés justifient, à eux seuls, notre voyage.

La séance est levée.

From the Canadian Broadcasting Corporation (English Television):

Denis Harvey, Vice-President;
Trina McQueen, Director, Network Television;
Ivan Fecan, Director, Television Programming.

From the Association of Canadian Film and Television Producers:

Peter Mortimer, Executive Vice-President;
David Perlmutter, Financial Consultant;
Stephen Roth, Producer, Alliance Entertainment;
Les Harris, Producer, Canamedia Productions;
Paul Saltzman, Producer, Sunrise Films;
John Brunton, Producer, Insight Productions;
Charles Falzon, Producer, Group International.

From the Canadian Broadcasting Corporation (English Radio):

Michael McEwen, Vice-President.

From the National Committee for Independent Canadian Unions:

Ralph Ellis, President.

From First Choice Canadian Communications Corporation:

Fred T. Klinkhammer, President and Chief Executive Officer;
Wendy Bernfeld, Director of Business Affairs;
Paul Gratton, Program Director.

From the Canadian Motion Picture Distributors Association:

Millard Roth, President;
H.B. Mayer, Counsel;
Peter G. Hughes, Chairman, Television Programs Committee.

From the Ontario Cable Telecommunications Association:

Larry Smith, President;
Richard R. Moody, Executive Director.

From Rogers Cablesystems Incorporated:

E.S. Rogers, President and Chief Executive Officer;
Philip Lind, Senior Vice-President.

De la Société Radio-Canada (Télévision anglaise):

Denis Harvey, vice-président;
Trina McQueen, directeur, Réseau de télévision;
Ivan Fecan, directeur, Programmation de télévision.

De l'Association des producteurs canadiens de film et de télévision:

Peter Mortimer, vice-président exécutif;
David Perlmutter, conseiller financier;
Stephen Roth, producteur, *Alliance Entertainment*;
Les Harris, producteur, *Canamedia Productions*;
Paul Saltzman, producteur, *Sunrise Films*;
John Brunton, producteur, *Insight Productions*;
Charles Falzon, producteur, Groupe international.

De la Société Radio-Canada (Radio anglaise):

Michael McEwen, vice-président.

Du National Committee for Independent Canadian Unions:

Ralph Ellis, président.

De First Choice Canadian Communications Corporation:

Fred T. Klinkhammer, président-directeur général;
Wendy Bernfeld, directeur, Affaires commerciales;
Paul Gratton, directeur des programmes.

De l'Association canadienne des distributeurs de films:

Millard Roth, président;
Me H.B. Mayer, conseiller juridique;
Peter G. Hughes, président, Comité des émissions de télévision.

De l'Ontario Cable Telecommunications Association:

Larry Smith, président;
Richard R. Moody, directeur exécutif.

De Rogers Cablesystems Incorporated:

E.S. Rogers, président-directeur général;
Philip Lind, vice-président principal.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canadian Government Publishing Centre,
Supply and Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Centre d'édition du gouvernement du Canada,
Approvisionnement et Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Association of Canadian Advertisers Incorporated:

John Foss, President;
Camille A. Denis, Chairman, Board of Directors;
E. (Manny) Brown, Vice-Chairman;

James H. Copeland, Director.

From MacLean Hunter Limited:

Ronald W. Osborne, President and Chief Executive Officer.

From the Canadian Daily Newspaper Publishers Association:

John Foy, President;
Tom Crowther, Chairman, Board of Directors.

From CHUM Limited:

Fred Sherratt, Vice-President;
Dennis FitzGerald, Vice-President and General Manager, City TV/MuchMusic;
Duff Roman, Vice-President and General Manager, Industry Affairs.

(Continued on previous page)

TÉMOINS

De l'Association canadienne des annonceurs Inc.:

John Foss, président;
Camille A. Denis, président, conseil d'administration;
E. (Manny) Brown, vice-président, conseil d'administration;

James H. Copeland, administrateur.

From MacLean Hunter Limited:

Ronald W. Osborne, président-directeur général.

De l'Association canadienne des éditeurs de quotidiens:

John Foy, président;
Tom Crowther, président, conseil d'administration.

De CHUM Limited:

Fred Sherratt, vice-président;
Dennis FitzGerald, vice-président et directeur général, City TV/MuchMusic;
Duff Roman, vice-président et directeur général, Affaires industrielles.

(Suite à la page précédente)

HOUSE OF COMMONS

Issue No. 66

Thursday, November 5, 1987
Toronto, Ontario

Chairman: Jim Edwards

CHAMBRE DES COMMUNES

Fascicule n° 66

Le jeudi 5 novembre 1987
Toronto (Ontario)

Président: Jim Edwards

*Minutes of Proceedings and Evidence of the
Standing Committee on*

Communications and Culture

*Procès-verbaux et témoignages du Comité
permanent des*

Communications et de la culture

RESPECTING:

Consideration of the Report of the Task Force on
Broadcasting Policy

CONCERNANT:

Étude du Rapport du Groupe de travail sur la
politique de la radiodiffusion

WITNESSES:

(See back cover)

TÉMOINS:

(Voir à l'endos)



Second Session of the Thirty-third Parliament,
1986-87

Deuxième session de la trente-troisième législature,
1986-1987

STANDING COMMITTEE ON
COMMUNICATIONS AND CULTURE

Chairman: Jim Edwards

Vice-Chairman: John Gormley

Members

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Thomas Hall

Clerk of the Committee

COMITÉ PERMANENT DES
COMMUNICATIONS ET DE LA CULTURE

Président: Jim Edwards

Vice-président: John Gormley

Membres

Jean-Pierre Blackburn
Jim Caldwell
Simon de Jong
Sheila Finestone
Bob Pennock—(7)

(Quorum 4)

Le greffier du Comité

Thomas Hall

MINUTES OF PROCEEDINGS

THURSDAY, NOVEMBER 5, 1987
(118)

[Text]

The Standing Committee on Communications and Culture met in Toronto, Ontario, at 9:03 o'clock a.m. this day, the Chairman, Jim Edwards, presiding.

Members of the Committee present: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards and Bob Pennock.

Acting Member present: Lynn McDonald for Simon de Jong.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee; and René Lemieux, Consultant to the Committee. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and James Robertson, Research Officers.

Witnesses: *From the Canadian Independent Record Production Association:* Brian Chater, Executive Director; and Alexander Mair, Vice-President. *From the Canadian Recording Industry Association:* Brian Robertson, President. *From the Canadian League of Composers:* Alex Pauk, President; and Alexina Louie, Member. *From the Canadian Music Centre:* Simone Auger, Executive Director. *From the American Federation of Musicians of the United States and Canada:* J. Alan Wood, Vice-President (Canada).

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (*see Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday, February 10, 1987, Issue No. 19*).

Brian Chater from the Canadian Independent Record Production Association made a statement and, with the other witness, answered questions.

Brian Robertson from the Canadian Recording Industry Association made a statement and answered questions.

Alex Pauk from the Canadian League of Composers made a statement and, with the other witness, answered questions.

Simone Auger from the Canadian Music Centre made a statement and answered questions.

J. Alan Wood from the American Federation of Musicians of the United States and Canada made a statement and answered questions.

At 11:47 o'clock a.m., the Committee adjourned until 1:30 o'clock p.m. this day.

AFTERNOON SITTING
(119)

The Standing Committee on Communications and Culture met in Toronto, Ontario, at 1:31 o'clock p.m. this day, the Chairman, Jim Edwards, presiding.

Members of the Committee present: Jim Caldwell and Jim Edwards.

PROCÈS-VERBAUX

LE JEUDI 5 NOVEMBRE 1987
(118)

[Traduction]

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit, aujourd'hui à 9 h 03, à Toronto, en Ontario, sous la présidence de Jim Edwards, (*président*).

Membres du Comité présents: Jean-Pierre Blackburn, Jim Caldwell, Jim Edwards et Bob Pennock.

Membre suppléant présent: Lynn McDonald remplace Simon de Jong.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de la recherche du Comité; et René Lemieux, conseiller du Comité. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et James Robertson, attachés de recherche.

Témoins: *De la Canadian Independent Record Production Association:* Brian Chater, directeur exécutif; Alexander Mair, vice-président; *De l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement:* Brian Robertson, président. *De la Ligue canadienne de compositeurs:* Alex Pauk, président; Alexina Louie, membre. *Du Centre de musique canadienne:* Simone Auger, directeur exécutif. *De la Fédération des musiciens des États-Unis et du Canada:* J. Alan Wood, vice-président (Canada).

Le Comité examine de nouveau le rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, document déposé au Comité le jeudi 29 janvier 1987 (*voir Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Brian Chater, de la *Canadian Independent Record Production Association*, fait une déclaration, puis lui-même et l'autre témoin répondent aux questions.

Brian Robertson, de l'*Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement*, fait une déclaration, et répond aux questions.

Alex Pauk, de la *Ligue canadienne de compositeurs*, fait une déclaration, puis lui-même et l'autre témoin répondent aux questions.

Simone Auger, du *Centre de musique canadienne*, fait une déclaration et répond aux questions.

J. Alan Wood, de la *Fédération des musiciens des États-Unis et du Canada*, fait une déclaration et répond aux questions.

À 11 h 47, le Comité interrompt les travaux jusqu'à 13 h 30 aujourd'hui.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI
(119)

Le Comité permanent des communications et de la culture se réunit, aujourd'hui à 13 h 31, à Toronto, en Ontario, sous la présidence de Jim Edwards, (*président*).

Membres du Comité présents: Jim Caldwell et Jim Edwards.

Acting Member present: Lynn McDonald for Simon de Jong.

Other Member present: Roland de Corneille.

In attendance: Paul Audley, Director of Research for the Committee; and René Lemieux, Consultant to the Committee. *From the Library of Parliament:* Antony Jackson and James Robertson, Research Officers.

Witnesses: *From the Television Bureau of Canada:* Cameron L. Fellman, President; and William E. Weis, Director, Marketing and Research Services. *From Global Television:* Paul Morton, President, Global Communications; and Seymour Epstein, Chairman, Executive Committee. *From Rogers Broadcasting:* James S. Sward, President and Chief Executive Officer. *From the Canadian Media Directors' Council:* Richard C. Berndt, President; Hugh Dow, Past President; and George H. Semple, Vice-President. *From MacLean Hunter Cable TV:* J. Barry Gage, President; and Geoff Heathcote, Vice-President, Engineering. *From the National Radio Producers' Association:* Havoc Franklin, Member. *From CUC Limited:* Bob Short, Deputy Chairman; Juris Silkans, Vice-President.

The Committee resumed consideration of the Report of the Task Force on Broadcasting Policy referred to the Committee on Thursday, January 29, 1987 (see *Minutes of Proceedings and Evidence for Tuesday, February 10, 1987, Issue No. 19*).

Cameron L. Fellman from the Television Bureau of Canada made a statement and, with the other witness, answered questions.

At 2:04 o'clock p.m., the sitting was suspended.

At 2:11 o'clock p.m., the sitting resumed.

Paul Morton from Global Television made a statement and, with the other witness, answered questions.

James S. Sward from Rogers Broadcasting made a statement and answered questions.

Richard C. Berndt from the Canadian Media Directors' Council made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

J. Barry Gage from MacLean Hunter Cable TV made a statement and, with the other witnesses, answered questions.

Havoc Franklin from the National Radio Producers' Association made a statement and answered questions.

Bob Short and Juris Silkans from CUC Limited made a statement and answered questions.

At 5:45 o'clock p.m., the Committee adjourned to the call of the Chair.

Francine Lachapelle
Committee Clerk

Membre suppléant présent: Lynn McDonald remplace Simon de Jong.

Autre député présent: Roland de Corneille.

Aussi présents: Paul Audley, directeur de la recherche du Comité; et René Lemieux, conseiller du Comité. *De la Bibliothèque du Parlement:* Antony Jackson et James Robertson, attachés de recherche.

Témoins: *Du Bureau de télévision du Canada:* Cameron L. Fellman, président; William E. Weis, directeur, Commercialisation et recherche. *De Global Television:* Paul Morton, président, Global Communications; Seymour Epstein, président, comité exécutif. *De Rogers Broadcasting:* James S. Sward, président-directeur général. *Du Canadian Media Directors' Council:* Richard C. Berndt, président; Hugh Dow, ancien président; George H. Semple, vice-président. *De MacLean Hunter Cable TV:* J. Barry Gage, président; Geoff Heathcote, vice-président, Ingénierie. *De la National Radio Producers' Association:* Havoc Franklin, membre. *De CUC Limited:* Bob Short, vice-président, conseil d'administration; Juris Silkans, vice-président.

Le Comité examine de nouveau le rapport du Groupe de travail sur la politique de radiodiffusion, document déposé au Comité le jeudi 29 janvier 1987 (voir *Procès-verbaux et témoignages du mardi 10 février 1987, fascicule n° 19*).

Cameron L. Fellman, du *Bureau de télévision du Canada*, fait une déclaration, puis lui-même et l'autre témoin répondent aux questions.

À 14 h 04, le Comité interrompt les travaux.

À 14 h 11, le Comité reprend les travaux.

Paul Morton, de *Global Television*, fait une déclaration, puis lui-même et l'autre témoin répondent aux questions.

James S. Sward, de *Rogers Broadcasting*, fait une déclaration et répond aux questions.

Richard C. Berndt, du *Canadian Media Directors' Council*, fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

J. Barry Gage, de *MacLean Hunter Cable TV*, fait une déclaration, puis lui-même et les autres témoins répondent aux questions.

Havoc Franklin, de la *National Radio Producers' Association*, fait une déclaration et répond aux questions.

Bob Short et Juris Silkans, de *CUC Limited*, fait une déclaration et répond aux questions.

À 17 h 45, le Comité s'ajourne jusqu'à nouvelle convocation du président.

Greffier de Comité
Francine Lachapelle

EVIDENCE

[Recorded by Electronic Apparatus]

[Texte]

Thursday, November 5, 1987

• 0900

The Chairman: Order, please.

We are beginning the third day of our three-day stint in Toronto working toward the November 24 culmination of our hearings on phase two of broadcasting studies.

We invite the representatives of the Canadian Independent Record Production Association to come to the table. We welcome Brian Chater, Executive Director, and Alexander Mair, Vice-President.

Mr. Brian Chater (Executive Director, Canadian Independent Record Production Association): The Canadian Independent Record Production Association is the trade association that represents the Canadian-owned sector of the record industry in English-speaking Canada.

As we stated in our letter to the chairman dated March 12, we have a vital interest in the legislation and regulations concerning broadcasting in Canada, particularly in view of the importance of recorded music as a programming source.

With the multiplicity of issues that are brought forward for discussion by the committee and the limited time available, we have restricted our comments primarily to the two chapters we consider most important to our members: chapter 16—private radio; and chapter 28—copyright issues. We will just summarize our points here.

On chapter 16:

Recommendation 16.1: We agree with this recommendation.

Recommendation 16.2: We do not feel there should be any differentiation between AM and FM. They are both broadcasting media. The difference is purely technical.

Recommendation 16.3: We agree with this recommendation.

Recommendation 16.4: This concept may be feasible, but we want to find out exactly what is involved and how stations will be programmed and how the situation will be controlled. However, in essence, as it seems likely more music would be played, we would be in favour.

Recommendation 16.5: We are not totally convinced of the problems being encountered in certain markets. As the financial statements of broadcasters are kept confidential, it is difficult to assess totally. However,

TÉMOIGNAGES

[Enregistrement électronique]

[Traduction]

Le jeudi 5 novembre 1987

Le président: La séance est ouverte.

Nous commençons la dernière de nos trois journées d'audience à Toronto. Nous comptons terminer le 24 novembre les audiences dans le cadre du deuxième volet de notre examen de la radiodiffusion.

Les représentants de la *Canadian Independent Record Production Association* sont invités à prendre place à la table. Nous souhaitons la bienvenue à M. Brian Chater, directeur exécutif, et M. Alexander Mair, vice-président.

M. Brian Chater (directeur exécutif, *Canadian Independent Record Production Association*): La *Canadian Independent Record Production Association* est une association professionnelle qui représente l'industrie du disque sous propriété canadienne dans le Canada anglais.

Comme nous l'avons indiqué au président dans la lettre que nous lui avons adressée le 12 mars, la législation et les règlements touchant la radiodiffusion au Canada sont d'un intérêt vital pour nous, compte tenu tout particulièrement de l'importance de la musique enregistrée utilisée dans la programmation.

Étant donné le grand nombre de questions que le Comité propose d'examiner et les contraintes de temps, nous nous sommes contentés de formuler des observations sur les deux chapitres qui sont les plus importants pour nos membres, à savoir le chapitre 16—la radio privée; et le chapitre 28—les droits des créateurs. Voici un résumé de nos observations.

Chapitre 16:

Recommandation 16.1: Nous sommes d'accord avec cette recommandation.

Recommandation 16.2: Nous sommes d'avis qu'aucune distinction ne doit être faite entre MA et MF. Ce sont deux médias de radiodiffusion, et la différence entre les deux est purement technique.

Recommandation 16.3: Nous sommes d'accord avec cette recommandation.

Recommandation 16.4: Cette formule pourra peut-être être mise en oeuvre avec succès, mais nous aimerions connaître les détails, notamment comment se fera la programmation dans ces stations et quels mécanismes de contrôle seront mis en place. Toutefois, comme tout porte à croire que les stations diffuseront davantage de musique, nous acceptons cette recommandation.

Recommandation 16.5: Nous ne sommes pas tout à fait convaincus de l'existence de problèmes sur certains marchés. Comme les états financiers des radiodiffuseurs sont confidentiels, il est difficile de se faire une idée juste

[Text]

information we have acquired from the sale of stations seems to indicate a different picture, which would appear to be borne out by purchasers still coming forward to purchase stations in smaller markets.

Recommendation 16.6: We are generally in agreement with this recommendation.

Recommendation 16.7: We are of the opinion that Canadian content should be at least 30% on both AM and FM and that, in line with recent CRTC decisions, it should be, of necessity, distributed equally and reasonably between 6 a.m. and midnight.

Recommendation 16.8: We are against any funding of FACTOR/CTL as a condition of licence.

Chapter 28:

Recommendation 28.1: We agree with this recommendation.

Recommendation 28.2: We agree that rights of performers in conjunction with fixation should be recognized.

Recommendation 28.3: We agree with this recommendation.

We are in general agreement with the recommendations contained in chapters 10 and 17, with the promise that chapter 17.12 should specifically include the category of music. We also agree with recommendations 27.1 and 27.2.

As I indicated at the beginning of the brief, due to time constraints our presentation will be very short.

If the committee wishes to discuss any particular in detail, we are open to questions. Thank you.

The Chairman: Thanks very much, Mr. Chater. Ms McDonald.

Ms McDonald: You may have answered some of my questions already—I have not been able to flip through between the numbers and the content—in which case we will move on to the next.

We are interested in the effect of Canadian content regulations on private radio broadcasters and the industry. Everybody knows that there has been a positive effect. What about making this more effective?

Mr. Alexander Mair (Vice-President, Canadian Independent Record Production Association): The first step to make it more effective would be for it to be properly distributed, particularly in drive times.

[Translation]

de la situation. Toutefois, les renseignements que nous avons pu recueillir lors de la vente de stations nous portent à faire une évaluation différente de la situation qui semble être confirmée par le fait que les stations desservant des marchés plus restreints semblent encore trouver acheteur.

Recommandation 16.6: Nous accueillons assez favorablement cette recommandation.

Recommandation 16.7: Nous sommes d'avis que le contenu canadien doit atteindre au moins 30 p. 100 sur les stations MA et MF et que, en conformité des décisions récentes du CRTC, ce contenu canadien doit nécessairement être réparti également et raisonnablement entre 6 heures et minuit.

Recommandation 16.8: Nous sommes contre l'inclusion dans les conditions de licence de toute exigence de contribution à la FACTOR-CTL.

Chapitre 28:

Recommandation 28.1: Nous sommes d'accord avec cette recommandation.

Recommandation 28.2: Nous admettons que les droits des interprètes en matière de fixation doivent être protégés.

Recommandation 28.3: Nous sommes d'accord avec cette recommandation.

Nous sommes essentiellement d'accord avec les recommandations contenues aux chapitres 10 et 17, à condition d'obtenir que la catégorie de la musique soit mentionnée expressément dans la recommandation 17.12. Nous accueillons aussi favorablement les recommandations 27.1 et 27.2.

Comme je vous l'ai promis au début de cet exposé, nous avons été brefs en raison des contraintes de temps.

Nous sommes prêts à répondre aux questions du Comité s'il veut examiner en détail certains des points soulevés. Merci.

Le président: Merci, monsieur Chater. Madame McDonald.

Mme McDonald: Vous avez peut-être déjà répondu à certaines de mes questions. Je n'ai pas eu le temps de lire le texte correspondant aux numéros que vous avez cités—nous passerons ainsi à la question suivante.

Nous aimerions savoir quelle incidence les règlements touchant le contenu canadien auront sur les radiodiffuseurs privés et l'industrie dans son ensemble. Tout le monde sait qu'ils ont eu des effets positifs. Que pourrait-on faire pour les rendre encore plus efficaces?

M. Alexander Mair (vice-président, Canadian Independent Record Production Association): Pour en améliorer l'efficacité, il faudrait veiller à ce que les émissions soient mieux réparties, particulièrement pendant les heures de grande écoute.

[Texte]

[Traduction]

• 0905

I think, as we all know, based on the recent CRTC decisions, for many, many years there has been extensive abuse of Canadian content regulations—where the broadcasters have not complied with the regulation, let alone the spirit of the regulations. I suggest this is the first step to ensure compliance with existing regulations.

Ms McDonald: Could we be clear? Existing regulations are being broken in the letter as well as in the spirit.

Mr. Mair: In July when the CRTC held hearings in Red Deer—and Brian may be able to correct my figures—I believe out of 47 stations, a vast number—Mr. Edwards would recall—were not complying with the regulations. Some were drastically off.

Ms McDonald: Do you do any surveys of this? Do you ever send in complaints yourselves?

Mr. Mair: CIRPA recently developed a monitoring system, which has now been adopted by the CRTC. We have known over the years that broadcasters were abusing the regulations. We felt it necessary to be able to prove it.

Ms McDonald: The CRTC is now monitoring itself.

Mr. Chater: To a certain extent. To a certain extent they are constrained by budget restraints too. I understand they do not monitor every day continuously but they monitor on a one-off, one-on basis.

Ms McDonald: Monitoring does not have to be every day in any event.

Mr. Mair: In the hearings in Red Deer I believe not one station was completely complying with the CRTC regulations at that point. Some were very very far off.

Mr. Chater: There were a few actually, but not many.

Mr. Mair: This is right.

Ms McDonald: Is the answer to have more specific regulations specifying times of the day as well as total time, in your view?

Mr. Mair: Although we would like to relax regulations, we feel certain regulations are important. The question of reasonable distribution is one that always seems to be a problem for broadcasters, many of whom seem to think that 6 a.m. is reasonable and that 8 a.m. is not. We happen to feel that 8 a.m. is more important to our industry because there are more people awake and listening to radio at that time.

En raison des décisions récentes du CRTC, nous savons tous que depuis de très nombreuses années, les radiodiffuseurs ne se conforment ni à l'esprit ni à la lettre des règlements relatifs au contenu canadien. A mon avis, ce serait la première mesure à prendre pour garantir le respect des règlements actuels.

Mme McDonald: Pouvons-nous parler en clair? Les radiodiffuseurs ne respectent ni l'esprit ni la lettre des règlements actuels.

M. Mair: Nous avons appris en juillet, quand le CRTC a tenu des audiences à Red Deer—et Brian pourra me corriger si je me trompe—qu'un grand nombre des 47 stations—et M. Edwards s'en souviendra—ne se confirmaient pas aux règlements. Certaines étaient même très loin de s'y conformer.

Mme McDonald: Avez-vous des résultats de sondages pour appuyer vos dires? Vous arrive-t-il parfois de formuler vous-mêmes des plaintes?

M. Mair: La CIRPA a récemment mis au point un système de contrôle qui a maintenant été adopté par le CRTC. Nous savons depuis des années que les radiodiffuseurs ne se conforment pas aux règlements. Nous avons jugé nécessaire d'être en mesure de le prouver.

Mme McDonald: Le CRTC exerce maintenant lui-même le contrôle.

M. Chater: Dans une certaine mesure. Mais ses efforts sont aussi limités par des contraintes budgétaires. Je crois savoir qu'il n'exerce pas un contrôle quotidien ininterrompu, mais plutôt des contrôles ponctuels.

Mme McDonald: De toute façon, il n'est pas nécessaire d'effectuer un contrôle tous les jours.

M. Mair: Sauf erreur, nous avons appris lors des audiences à Red Deer qu'aucune station ne se conformait entièrement aux règlements du CRTC. Certaines étaient même loin de s'y conformer.

M. Chater: En fait, quelques-unes s'y conformaient, mais elles n'étaient pas nombreuses.

M. Mair: C'est exact.

Mme McDonald: Faudrait-il alors adopter des règlements plus détaillés qui exigeraient un certain contenu canadien à des heures précises de la journée, de même qu'au total?

M. Mair: Tout en souhaitant un assouplissement de la réglementation, nous trouvons que certains règlements sont importants. Le critère de la répartition raisonnable semble toujours poser problème pour les radiodiffuseurs, dont bon nombre trouvent qu'il est raisonnable d'exiger un certain contenu à 6 heures, mais non pas à 8 heures. Or, nous estimons qu'il est plus important d'assurer un certain contenu à 8 heures, parce que davantage de gens écoutent la radio à cette heure-là.

[Text]

Ms McDonald: I am not sure if I entirely understand. Would you be in favour of having precise regulations stipulating time of day as well as total percentages?

Mr. Mair: Yes, with certain flexibility as required. The question really boils down to the spirit as opposed to the word of the regulations. In this area we would like to see increased regulations.

Ms McDonald: It is hard to enforce the spirit of the law. Has FACTOR been a significant element in maintaining or increasing Canadian content?

Mr. Mair: I am a director of FACTOR. Obviously I am not here appearing on behalf of FACTOR. It has had positive impact. Any new funds going into the production area are bound to have impact. I think it is still very early on to attempt to measure the success or lack of success of FACTOR.

Ms McDonald: When do you think it might be fair to make some kind of an assessment?

Mr. Mair: Funds started to flow less than one year ago. Of the records that have been produced, some have not been released yet and some have been released for short periods of time. The measurement of monetary return to FACTOR will take up to two years after the release of the record to get a clear picture. FACTOR itself has now spent two full weekends assessing as best they can the results, but it is still very, very early.

Ms McDonald: Would you agree that the need for Canadian content varies from market to market and station to station depending on format and between AM and FM? Does the supply vary also for these different. . . ?

Mr. Mair: I would not agree there is a need for variance from market to market. The Windsor situation is one example where a particular market has been allowed to have separate regulations. From my experience with broadcasters in the Windsor area over 25 years, they could have reached the percentage they required at the time if they had chosen to. They would not play a Canadian record until it charted in Detroit. It was that simple.

There are problems of supply in certain kinds of music; for example, middle-of-the-road instrumental. There is no problem in jazz. I suggest there is no problem in classical. There are very few areas in which they would have problems reaching 30%. The MOR area strikes me as being perhaps most obvious, but it is also a radio format that has somewhat declined.

[Translation]

Mme McDonald: Je ne suis pas certaine de bien vous comprendre. Seriez-vous favorables à l'idée d'adopter des règlements précisant expressément certaines heures du jour aussi bien que certains pourcentages globaux?

M. Mair: Oui, à condition de permettre une certaine souplesse, au besoin. L'essentiel, c'est l'esprit plutôt que la lettre des règlements. Dans ce cas-ci, nous souhaiterions une réglementation accrue.

Mme McDonald: Il est difficile de faire respecter l'esprit de la loi. La FACTOR a-t-elle contribué sensiblement au maintien ou à l'augmentation du contenu canadien?

M. Mair: Je suis l'un des administrateurs de la FACTOR. Il est clair que je ne comparais pas aujourd'hui au nom de la FACTOR. Elle a eu une incidence positive. Il est normal que toute injection de fonds dans la production ait une incidence. Toutefois, je crois qu'il est encore trop tôt pour essayer de mesurer le succès de la FACTOR.

Mme McDonald: D'après vous, quand pourrions-nous faire cette évaluation?

M. Mair: Les premiers versements de fonds ont été effectués il y a moins d'un an. Certains des disques produits n'ont pas encore été mis sur le marché et d'autres l'ont été il y a peu de temps. Il faudra attendre jusqu'à deux ans après la diffusion d'un disque avant de pouvoir calculer les rentrées monétaires de la FACTOR. La FACTOR a elle-même mis deux fins de semaine entières à évaluer les résultats du mieux qu'elle peut, mais il est encore beaucoup trop tôt pour se prononcer.

Mme McDonald: Reconnaissez-vous que la nécessité de fixer des quotas de contenu canadien varie d'un marché à l'autre et d'une station à l'autre, selon le format et selon qu'il s'agit d'une station MA ou MF? La disponibilité varie-t-elle aussi selon. . . ?

M. Mair: Je ne suis pas prêt à reconnaître la nécessité de différences d'un marché à l'autre. Par exemple, on a permis que le marché de Windsor soit assujéti à des règlements distincts. D'après l'expérience que j'ai acquise sur 25 ans auprès des radiodiffuseurs de la région de Windsor, je peux vous dire qu'ils auraient pu atteindre le pourcentage requis à ce moment-là s'ils l'avaient voulu. Ils refusaient de faire tourner des disques canadiens avant qu'ils ne soient inscrits au palmarès à Detroit. C'était bien simple.

La disponibilité de certains genres de musique, comme les pièces instrumentales populaires, fait parfois problème. Il n'y a pas de problème avec le jazz. Je dirais même qu'il n'y a pas de problème avec la musique classique. Il y a très peu de régions où les radiodiffuseurs auraient de la difficulté à atteindre les 30 p. 100. L'exemple de la région desservie par MOR m'apparaît le plus frappant, mais il s'agit là d'un format radio en baisse de popularité.

[Texte]

[Traduction]

• 0910

Ms McDonald: Do you have concerns that recent decisions of the CRTC regarding Canadian content are contradictory and that they apply different requirements to stations with similar circumstances?

Mr. Chater: As we wrote to the Chairman, we think the recent decisions state the case as it is in real life. These are the criteria the CRTC will be employing in the future and we can only applaud them.

Mr. Caldwell: Mr. Chater and Mr. Mair, it is good to have you here. This morning we are going to be dealing with the music industry. It is something with which this committee has not been dealing and it should be a very interesting session. I suppose the unfortunate part of someone going first is the fact that by noon we will probably have a better grip of the whole industry. We may want to ask you questions at noon which we could have asked you now.

Mr Mair, you brought up the Windsor situation. Coming from that area and having worked in the industry in the Windsor area for some time, there are those who believe that when CKLW... It was one of the leading stations in North America at one time because of its power. It made more Canadian stars when they did not have to live with the Canadian content regulations as they do now. Because we forced them into a Canadian content situation, they do not have the power or the audience they used to have and have created less Canadian rock stars or stars in general than they did before. Do you want to comment on that?

Mr. Mair: I was part of the music industry as a promotion man. I am very aware of the power of CKLW in its heyday and in the power of all major market 50,000-watt AM top-40 stations. We used to call them top-40 stations. In their heyday they used to play 70 or 80 records as stations did across North America. That whole format has declined over the years and many AM stations are suffering. Most, not just in Canada, but also in the U.S., have changed their formats from the top-40 idea. Radio has cut down from top-40 to top-30 to top-20. Every time you play fewer records you are exposing fewer artists.

I managed Gordon Lightfoot for eight years and promoted him for four years previously. There is no question that CKLW helped us. There is also no question that we helped CKLW by doing their free record hops and other things generating revenue for the station and the

Mme McDonald: Le fait que le CRTC ait rendu récemment des décisions contradictoires relatives au contenu canadien et qu'il impose des exigences différentes à des stations se trouvant dans des situations comparables vous préoccupe-t-il?

M. Chater: Comme nous l'avons indiqué dans notre lettre au président, nous croyons que les décisions récentes reflètent la réalité. Nous ne pouvons que féliciter le CRTC d'avoir décidé d'appliquer de tels critères à l'avenir.

M. Caldwell: Monsieur Chater et monsieur Mair, nous sommes ravis que vous soyez des nôtres aujourd'hui. Ce matin, nous allons discuter de l'industrie de la musique. C'est une question sur laquelle le Comité ne s'est pas encore penché, et la séance promet d'être très intéressante. C'est dommage qu'un groupe de témoins doivent passer en premier, puisque, d'ici à midi, nous aurons sans doute une bien meilleure compréhension de l'industrie dans son ensemble. Nous penserons sans doute à midi à des questions que nous aurions aimé vous poser maintenant.

Monsieur Mair, vous avez cité l'exemple de Windsor. Comme je suis de cette région et que j'y ai travaillé dans l'industrie de la radio pendant un certain temps, je sais que, d'après certains, quand CKLW... A une certaine époque, c'était une des principales stations en Amérique du Nord, en raison de sa puissance. Elle créait davantage de vedettes canadiennes quand elle n'était pas tenue, comme maintenant, de respecter les règlements relatifs au contenu canadien. Parce que nous l'avons obligée à se conformer au règlement relatif au contenu canadien, elle n'a plus ni la puissance ni l'auditoire qu'elle avait et crée maintenant moins de vedettes canadiennes du rock, et même de vedettes tout court, qu'auparavant. Que pouvez-vous nous dire à ce sujet?

M. Mair: Je travaillais dans l'industrie de la musique comme agent de promotion. Je sais très bien quelle influence exerçait CKLW dans ses beaux jours et quelle influence exercent toutes les stations MA de 50,000 watts diffusant les 40 chansons les plus populaires sur les principaux marchés. Dans le passé, elles avaient un palmarès des 40 chansons les plus populaires. Dans leurs plus beaux jours, elles faisaient tourner 70 ou 80 disques, comme le faisaient les stations partout en Amérique du Nord. Ce format a perdu de sa popularité au fil des ans, et de nombreuses stations MA en souffrent. La plupart, au Canada et aux États-Unis, ont abandonné le palmarès des 40 chansons les plus populaires. Les stations de radio ont réduit le nombre de 40 à 30, puis à 20. Plus le nombre de disques diminue, plus diminue le nombre d'artistes connus des auditoires.

J'ai été pendant huit ans l'agent de Gordon Lightfoot, et pendant quatre ans auparavant j'avais fait sa publicité. Il ne fait aucun doute que CKLW nous a aidés. Il ne fait aucun doute non plus que nous avons donné un coup de pouce à CKLW en participant à ses promotions de disques

[Text]

staff, but not for the artist involved. That was all part of the game at that time.

There was a short burst of Canadian artists having activity in the U.S. immediately prior to the Canadian content regulations. Most of those artists did not sustain it unfortunately. Very few artists in that period had long-term careers except for a few singer/songwriters and perhaps the Guess Who. I think the impact of CKLW for Canadian artists was somewhat overblown by CKLW in its heyday.

Mr. Caldwell: We will not argue about that, but I would like to ask you about the present day. We seem to be developing a great number of stars today like Cory Hart, Brian Adams, Loverboy and Triumph. I do not know all the new ones.

My 13-year-old daughter could probably tell you who the other ones are. I am not sure if she could distinguish which ones are American or Canadian because she does not listen to Canadian radio stations. She listens to the Detroit station which runs a format similar to the old CKLW days. I think it is called HITS, or something like that. I think she knows that Cory Hart and Brian Adams are Canadian.

I guess what I am getting at is a chicken-and-egg situation. Did the Canadian content regulations create the Brian Adams, the Corey Harts, the Triumphs and the Loverboys?

Mr. Mair: I had Triumph under contract for seven albums. CKLW or the Windsor stations never gave us the slightest assistance. They did not chart Corey Hart in Windsor until after it was charted in Detroit. I can confirm that in writing if you wish.

• 0915

Mr. Caldwell: Why did the Detroit stations pick it up? Was it because it was a hit in Canada? Who is creating these people? Are the Canadian content regulations making Canadian stars?

Mr. Mair: It is the major single component. It gives them the opportunity to be heard. I just got back from Tokyo. I was there with two groups from Halifax, Haywire, which won a gold medal in the Tokyo song festival, beating acts from 16 other countries, and another group from Halifax called Screaming Trees. The week before that I was in Australia where The Nylons and Dan Hill are on the chart.

The record industry, which supplies broadcasters with their programming, lives on hits. If you have a legitimate hit record in one country, it will spread to other

[Translation]

gratuits et à d'autres activités qui rapportaient des revenus à la station et à ses employés, mais pas à l'artiste. Ça faisait partie des règles du jeu à l'époque.

Avant l'adoption des règlements relatifs au contenu canadien, les artistes canadiens ont été brièvement populaires aux États-Unis. Malheureusement, cette popularité a été de courte durée pour la plupart de ces artistes. Peu d'entre eux ont réussi à faire de longue carrière aux États-Unis pendant cette période, sauf quelques compositeurs-interprètes et le groupe *The Guess Who*. J'ai l'impression que CKLW a quelque peu exagéré sa part de responsabilité dans le succès des artistes canadiens.

M. Caldwell: Nous n'allons pas engager de débat là-dessus; j'aimerais vous poser des questions au sujet de ce qui se passe aujourd'hui. Nous créons aujourd'hui un grand nombre de vedettes, comme Cory Hart, Brian Adams, Loverboy et Triumph. Je ne connais pas les plus récentes vedettes.

Ma fille de 13 ans pourrait sans doute vous les nommer. Je ne sais pas si elle saurait dire lesquelles sont américaines ou canadiennes, parce qu'elle n'écoute pas les stations de radio canadiennes. Elle écoute la station de Detroit, qui a un format comparable à celui qu'avait adopté CKLW à l'époque. L'émission s'appelle *HITS, ou quelque chose du genre. Elle sait, je crois, que Cory Hart et Brian Adams sont Canadiens.

J'essaie de déterminer où se situe la responsabilité. Doit-on attribuer au règlement relatif au contenu canadien la création de vedettes comme Brian Adams, Cory Hart, Triumph et Loverboy?

M. Mair: Triumph a produit sept microsillons sous contrat avec moi. CKLW et les stations de Windsor ne nous ont jamais aidés le moins du monde. Les stations de Windsor n'ont pas fait tourner les disques de Cory Hart tant que celles de Detroit ne l'ont pas fait. Je peux vous le confirmer par écrit, si vous le voulez.

M. Caldwell: Pourquoi les stations de Detroit ont-elles décidé de les faire tourner? Parce que c'était des succès au Canada? Qui crée ces vedettes? Les vedettes canadiennes sont-elles créées grâce au règlement relatif au contenu canadien?

M. Mair: C'est là l'élément le plus important de leur succès. Cela leur donne l'occasion d'être entendues. Je reviens tout juste de Tokyo. Je m'y suis rendu avec deux groupes de Halifax, à savoir *Haywire*, qui a gagné une médaille d'or au Festival de la chanson de Tokyo, évinçant des groupes de 16 autres pays, et *Screaming Trees*. La semaine précédente, j'étais en Australie, où les stations de radio font tourner les disques de Dan Hill et du groupe *The Nylons*.

L'industrie du disque, qui fournit aux radiodiffuseurs le matériel nécessaire à leurs émissions, vit du produit des disques à succès. Si un disque se classe au palmarès dans

[Texte]

countries. If it is not a hit in Canada, it is not going to spread to other countries.

Mr. Caldwell: Mr. Mair, I agree with you, but what makes the Canadian record industry grow? Is it the Canadian content? You said you were in Australia promoting The Nylons. I am sure the Australians could not care if it is Canadian, American or what, so long as it is good stuff. That is what we are after.

Mr. Mair: The Australian record company chose to get behind The Nylons because of their Canadian sales record.

Mr. Caldwell: Was the Canadian sales record created by people like you who are promoters or was it created by the radio stations?

Mr. Mair: It was created by the both of us in concert and by television, newspapers and The Nylons touring. No one lives alone. They all work together.

Mr. Caldwell: I realize there is an importance for the promoter and the record producer. Without promotion the record is not going anywhere, but there are those in this country who like to say that because it is Canadian. . . wrap ourselves in the flag—there is nothing wrong with that either. . . They say Canadian stations should be playing more Canadian records and promoting more Canadian talent, but they are not doing much so far as promoting is concerned. They are still asking the radio stations to do some of the promotion for them. Just play more Canadian music—

Mr. Mair: As a record company we ask radio stations to play records they think are good enough to suit their format. I referred earlier to attitudes. My promotion people go into radio stations day after day and run up against a wall. They are saying they like the record, but they do not need it.

We have our 30%, or in reality 20%, because FM radio is much more important to us than AM. The Cancom regulation has become a ceiling as well as a floor. There are more good records being made than are having the opportunity to be heard on Canadian radio today.

Mr. Caldwell: I am sure you could say there are a lot of good U.S. artists not being played on American stations.

Mr. Mair: Yes, possibly. I am not concerned with American records.

Mr. Caldwell: What about promotion of Canadian artists in the States?

Mr. Mair: I am very concerned with that. We have been very successful—

[Traduction]

un pays, il devient rapidement populaire dans d'autres pays. Si ce n'est pas un succès au Canada, personne ne le fera tourner dans d'autres pays.

M. Caldwell: Monsieur Mair, je suis d'accord avec vous, mais à quoi l'industrie canadienne du disque doit-elle sa croissance? La doit-elle au règlement relatif au contenu canadien? Vous nous dites que vous êtes allé en Australie faire la promotion du groupe *The Nylons*. Je suis certain que les Australiens se soucient peu de savoir s'il s'agit d'un disque canadien, américain ou autre, pourvu qu'il soit bon. Voilà ce que nous cherchons.

M. Mair: La compagnie de disques australienne a décidé de faire tourner les disques du groupe *The Nylons* en raison de leur chiffre de ventes au Canada.

M. Caldwell: Le chiffre de ventes au Canada est-il attribuable aux gens comme vous qui font la promotion des artistes ou aux stations de radio?

M. Mair: A nous deux, grâce aux concerts, et à la télévision, aux journaux et à la tournée du groupe lui-même. Personne ne vit en vase clos. Nous travaillons tous ensemble.

M. Caldwell: Je sais bien que les promoteurs et les producteurs de disques jouent un rôle important. Sans publicité, le disque ne deviendra jamais populaire, soit, mais certains aiment bien dire que si le disque est canadien. . . Ils se gonflent de patriotisme, et nous ne pouvons le leur reprocher. . . Ils disent que les stations canadiennes pourraient faire tourner davantage de disques canadiens et faire une meilleure promotion du talent canadien, mais leurs propres efforts se résument à peu de chose. Ils continuent de demander aux stations de radio de se charger de la promotion, de faire tourner davantage de disques canadiens. . .

M. Mair: Notre compagnie de disques demande aux stations de radio de faire tourner des disques qu'elles jugent suffisamment bons pour qu'elles leur fassent un place dans leur programmation. J'ai parlé plus tôt d'attitude. Mes agents de promotion se rendent dans les stations de radio jour après jour et se heurtent à un mur de pierre. Les stations leur disent qu'elles aiment bien les disques, mais qu'elles n'en ont pas besoin.

Nous devons atteindre les 30 p. 100, ou les 20 p. 100 en réalité, parce que la radio MF est plus importante pour nous que la radio MA. Le règlement Cancom constitue à la fois un plafond et un seuil. On ne peut entendre à la radio canadienne aujourd'hui tous les excellents disques produits.

M. Caldwell: Vous pourriez tout aussi bien dire qu'un grand nombre d'excellents artistes américains ne sont jamais entendus sur les stations américaines.

M. Mair: Oui, c'est possible. Ce ne sont pas les disques américains qui m'intéressent.

M. Caldwell: Qu'en est-il de la promotion des artistes canadiens aux États-Unis?

M. Mair: Cela, ça m'intéresse vivement. Nous avons très bien réussi. . .

[Text]

Mr. Chater: I am the gentleman who signed Brian Adams originally. I know a bit about Brian and other artists. I have worked for 17 years in the music business. There is no doubt whatsoever in my mind that without Canadian content it would not have happened.

Obviously my accent tells you I was not born here. When I was working in the British music business in the early 1960s, there was exactly the same problem. You could not get arrested with an English act because Americans were "it". Various things changed in the mid-1960s, and we all know what happened.

The same applies here. It is a necessity. It has been a major advantage to Canadian artists over the years. Canadian creators and composers have access to their own airwaves. As you may be aware, there are only a limited number of licences in Canada. It is somewhat different from the U.S. It is not free for all. The CRTC regulates who gets licenses and how it is done. It is a public airwave and I think there is a quid pro quo. They are getting a licence to serve the Canadian public and at the same time make money. One of the quid pro quos should be that Canadians have access to their airwaves.

Mr. Pennock: Welcome, gentlemen.

• 0920

How many Canadian producers are there in Canada? How would you classify them in, let us say, large, small and medium?

Mr. Mair: The definition of producer is twofold. It can be the creative producer who goes into the studio and runs the board, etc. There are hundreds and hundreds of those. It can also be perceived as companies such as my own, Attic Record, Aquarius Record, and Anthem Records, which are companies that produce records. We hire people to go in the studio.

CIRPA has a membership in excess of 150 members from Halifax through to Vancouver, as we said in our brief, representing the bulk of the English-language industry. We are involved with 60% to 70% of all Canadian records produced, particularly the hits.

Mr. Pennock: I would like to turn to classical recordings. We had CBC Radio appearing before us yesterday. They indicated to us that there was a lack of Canadian-produced classical recordings, particularly in the area of Canadian composers versus Canadian orchestras playing the old standards. Would you like to comment on this? Where do you see your industry fitting in and where you think you could be going?

Mr. Mair: I think the first need for a healthy industry is success. There are companies besides CBC who are

[Translation]

M. Chater: C'est avec moi que Brian Adams a signé son premier contrat. Je connais bien la situation de Brian et d'autres artistes. J'ai travaillé pendant 17 ans dans l'industrie de la musique. Je suis convaincu que sans les règlements relatifs au contenu canadien, ils n'auraient jamais connu un tel succès.

Mon accent vous indique sans doute que je ne suis pas né ici. Au début des années 60, quand je travaillais dans l'industrie de la musique en Grande-Bretagne, nous avions exactement le même problème. Nous ne réussissions jamais à passer avec un spectacle britannique, parce que les Américains étaient les «chérissés». Vers le milieu des années 60, les choses se sont mises à changer, et nous savons tous ce qui s'est produit.

La même chose vaut ici. C'est nécessaire. Ces règlements ont été très avantageux pour les artistes canadiens au fil des ans. Les créateurs et les compositeurs canadiens ont eu accès aux ondes de leur propre pays. Comme vous le savez sans doute, le nombre de licences est limité au Canada. Ce n'est pas tout à fait la même chose aux États-Unis. Ce n'est pas gratuit pour tous. Le CRTC détermine qui obtient une licence, et dans quelles conditions. Les ondes étant publiques, il faut une certaine contrepartie. Ils obtiennent une licence pour desservir la population canadienne et réaliser en même temps des bénéfices. On devrait exiger en échange que les Canadiens aient accès aux ondes de leur propre pays.

M. Pennock: Bienvenue, messieurs.

Combien de producteurs canadiens y a-t-il au Canada? Quelle est, d'après vous, la taille de leurs entreprises?

M. Mair: La définition d'un producteur est double. Il y a d'une part le producteur créatif qui se rend au studio, qui manipule les commandes, etc. Il y a des centaines et des centaines de ceux-là. Il y a d'autre part des entreprises comme la mienne, Attic Record, Aquarius Record et Anthem Records, toutes des entreprises qui produisent des disques. Nous embauchons ceux qui travaillent en studio.

La CIRPA compte plus de 150 membres, de Halifax à Vancouver, comme nous le disons dans notre mémoire—et représente ainsi le gros de l'industrie de langue anglaise. Nous participons à la production de 60 à 70 p.100 de tous les disques produits au Canada, particulièrement les disques à succès.

M. Pennock: J'aimerais maintenant parler des enregistrements de musique classique. Nous avons entendu hier les représentants de la radio de Radio-Canada. Ils nous ont dit qu'il y a pénurie d'enregistrements de musique classique produits au Canada, particulièrement en ce qui concerne les compositeurs canadiens, par opposition aux orchestres canadiens jouant les oeuvres les plus populaires. Qu'en dites-vous? Quel doit être le rôle de votre industrie?

M. Mair: La santé de l'industrie dépend du succès. Il y a des sociétés, mise à part Radio-Canada, qui produisent

[Texte]

producing classical records: Marquis Records, Moss Music, Fanfare Records. I was in London in July. Ofra Harnoy was doing a concert. It was on the front cover of the major British classical music magazine.

You need to have a healthy industry in order to do things that are not necessarily going to generate substantial returns. The Juno Awards this year for the first time recognized a classical composer. They have a number of classical categories and they always have high-quality material in it.

I find it somewhat ludicrous that CBC is the one bemoaning the lack of recordings by Canadian composers when their SM-5000 series is probably 95% Canadian orchestras playing foreign material.

In our eyes, this has been a real problem. The CBC is competing with the private industry by doing the same chestnuts, such as *The 1812 Overture*, etc., as are already done by 20 or 30 other orchestras around the world, in many cases better.

Mr. Pennock: Let me ask you a question. There is a Canadian content rule related to broadcasting because we would like to see and give our Canadian composers an opportunity to improve. Do you think there should be some type of ruling that if you create a classical record, a percentage of that record should have compositions by Canadian composers?

Mr. Mair: First, there is a separate CRTC regulation requiring a percentage of material played to be Canadian composition. It does not apply to classical and pop separately.

Mr. Chater: It is everybody.

Mr. Mair: Some 5% of all material played must be Canadian composers. In the pop field, it is probably 80% to 90%. This is because the pop performer tends to be the writer. In the serious music field, the performer tends not to be the writer. The writers in our country tend to be teachers in universities and conservatories and they are fighting to get any performances of their work.

I do not claim to be an expert, but I have a number of Canadian-produced classical CDs that I have recently acquired. I would suggest that there is an increase in the number of Canadian compositions on those recordings by people like Eric Robertson, compared with what there has been in the past.

When you start talking about doing orchestral versions, it becomes a real problem of investing tens of thousands of dollars in recording a piece. Most of the Canadian orchestras, including the TS and the MS, are tending to go for the world market and are doing *The Planets*. They are

[Traduction]

des enregistrements de musique classique: Marquis Records, Moss Music, Fanfare Records. J'étais à Londres en juillet. Ofra Harnoy donnait un concert. Les principales revues britanniques de musique classique lui avaient réservé leur couverture.

Il faut une industrie en très bonne santé pour pouvoir faire certaines choses qui ne seront pas nécessairement très rentables. Pour la première fois cette année, on a accordé un prix Juno à un compositeur de musique classique. Il existe un certain nombre de catégories de musique classique, et elles comportent toujours des oeuvres de grande qualité.

Il me semble assez risible que ce soit la SRC qui déplore l'absence d'enregistrements par des compositeurs canadiens, alors que leur série SM-5000 se résume à 95 p. 100 d'orchestres canadiens jouant des oeuvres étrangères.

À notre avis, c'est là un problème très réel. La SRC fait concurrence à l'industrie privée en enregistrant les mêmes oeuvres éculées, comme *L'Ouverture de 1812*, qu'ont déjà enregistrées, souvent mieux, 20 ou 30 autres orchestres un peu partout dans le monde.

M. Pennock: Permettez-moi de vous poser une question. Nous avons adopté des règlements relatifs au contenu canadien en matière de radiodiffusion parce que nous voulions donner à nos compositeurs canadiens la possibilité de s'améliorer. Croyez-vous qu'il faudrait en plus exiger que tout enregistrement de musique classique comporte un certain pourcentage d'oeuvres de compositeurs canadiens?

M. Mair: D'abord, il existe un règlement distinct du CRTC qui exige qu'un certain pourcentage des oeuvres jouées soient des compositions canadiennes. Aucune ventilation n'est faite entre les oeuvres classiques et populaires.

M. Chater: Cela s'applique à tout.

M. Mair: Quelque 5 p. 100 de toutes les oeuvres jouées doivent être de compositeurs canadiens. Dans le secteur de la musique populaire, cela atteint entre 80 et 90 p. 100. C'est attribuable au fait que l'interprète populaire est souvent l'auteur. Dans le secteur de la musique sérieuse, l'interprète est rarement l'auteur. Les auteurs canadiens enseignent généralement dans les universités et les conservatoires et ont énormément de mal à faire jouer leurs oeuvres.

Je ne prétends pas être expert, mais je possède un certain nombre de disques compacts de musique classique produits au Canada que j'ai achetés récemment. J'ai l'impression qu'il y a eu une augmentation du nombre de compositions canadiennes sur les enregistrements faits par des gens comme Eric Robertson, comparativement à ce qui se faisait dans le passé.

Quand on parle d'enregistrements faits par des orchestres, il faut compter plusieurs dizaines de milliers de dollars. La plupart des orchestres canadiens, y compris l'orchestre symphonique de Toronto et l'orchestre symphonique de Montréal, cherchent à pénétrer le

[Text]

doing, say, the big names and they are trying to do them overblown to sell to compact disc buyers and they are being very successful. I do not mean it in a negative way.

Mr. Pennock: I have one other question I would come to and I want to come back to the CBC specifically.

In your brief to the CRTC, you had some very harsh criticism about the CBC, particularly in the 4-to-6 p.m. time slot. The figures are here. You were talking about percentages, 23% and 11%. Could you expand for the committee on this criticism.

Mr. Chater: I wrote this and I said it, so I should really back myself up. Basically we are very concerned with the CBC's playing of Canadian content music in this same drive time of 4 p.m. to 6 p.m., which is one example. We just picked this for the sake of the committee's convenience. As you see from the figures, we listened for four days on CBC Radio in a given week and the figure that came out—and I am quoting from memory—was 23%. There is also another recommendation that is in the CBC constitution, if you like; they will always play local artists during that time period. That was in fact the 11%; there were three Toronto artists out of the 26.

• 0925

Our problem with CBC particularly is that the 4 to 6 show is primarily vocal. It is one and a half hours of news, vocal interviews, and what have you; there are only 30 minutes of music, but in that 30 minutes, out of the average of, say, six or seven songs a day, obviously only one or two are Canadian.

If I might make another point... I mean, I did not hear this, one of our members did. On *On the Ninth of June*, which was last Monday, which is the biggest day for Canadian content in the year, from 4 to 6 CBC Radio played seven records, none of which were Canadian.

Mr. Caldwell: It was CBO, was it not? eh?

Mr. Chater: This was CBO in Toronto.

Mr. Pennock: I have one follow-up question. Without coming down on the CBC, when you did this, did you do it in comparison to the other Toronto stations, or did you just pick on CBC? If you did it in comparison, could you provide the committee with that data?

Mr. Chater: We always use the CBC. We knew we were looking specifically at the CBC. However, I did check it against the nearest equivalent station, CFRB, which is basically a news/talk station. You find that CFRB, in any given week, plays three times as much Canadian music as

[Translation]

marché mondial et enregistrent des pièces comme *The Planets*. Ils enregistrent les oeuvres de compositeurs très connus et y mettent le paquet pour attirer les acheteurs de disques compacts. Ils ont un énorme succès. Je ne critique pas.

M. Pennock: J'aimerais vous poser une autre question avant de reparler plus précisément de la SRC.

Dans votre mémoire au CRTC, vous avez vertement critiqué la SRC, particulièrement en ce qui concerne les émissions diffusées entre 16 et 18 heures. Nous avons les chiffres ici. Vous avez cité des pourcentages, soit 23 et 11 p. 100. Pouvez-vous nous expliquer ce que vous lui reprochez?

M. Chater: Je l'ai écrit et je l'ai dit, et je vais donc m'expliquer. Essentiellement, nous sommes très préoccupés par le fait que la SRC joue des oeuvres musicales canadiennes aux heures de grande écoute, entre 16 et 18 heures. Nous avons choisi cet exemple à l'intention du Comité. Comme vous l'indiquent les chiffres, nous avons écouté la radio de Radio-Canada pendant quatre jours au cours d'une même semaine et nous avons calculé—je cite de mémoire—que la proportion était de 23 p. 100. La constitution de la SRC, pour ainsi dire, prévoit aussi qu'elle fera tourner les disques d'artistes locaux dans cette plage. En fait, la proportion était de 11 p. 100; sur 26 artistes, trois seulement étaient de Toronto.

Ce que nous reprochons plus particulièrement à la SRC c'est que, entre 16 et 18 heures, elle diffuse une émission surtout vocale. Il y a une heure et demie de nouvelles, d'entrevues et quoi encore; il n'y a que 30 minutes de musique et sur une moyenne de six ou sept chansons, seulement une ou deux sont canadiennes.

J'aimerais aborder un autre point... Je vous rapporte ce qu'a entendu un de nos membres. À l'émission *On the Ninth of June*, diffusée lundi dernier, la plus importante journée de l'année pour ce qui est du contenu canadien, la radio de Radio-Canada a fait tourner entre 16 et 18 heures sept disques dont aucun n'était canadien.

M. Caldwell: C'était à CBO, n'est-ce pas?

M. Chater: C'était la station CBO à Toronto.

M. Pennock: J'aimerais vous poser une question complémentaire. Quand vous avez effectué ce calcul à l'égard de la SRC, avez-vous en même temps fait une comparaison avec d'autres stations de Toronto où vous êtes-vous contenté d'écouter Radio-Canada? Si vous avez fait une comparaison, pouvez-vous fournir les résultats au Comité?

M. Chater: Nous utilisons toujours la SRC. Nous savions que nous faisons le compte à Radio-Canada. Toutefois, j'ai comparé les résultats avec ceux de la plus proche station comparable, CFRB, qui diffuse essentiellement des nouvelles et des entrevues. Nous avons

[Texte]

CBC in the same time because of the way the music is structured.

The Chairman: May I ask, Mr. Chater, whether the week in question was a so-called "hot week", because we are aware that CBC is paying a little more attention to BBM than it used to.

Mr. Chater: I have a feeling that week was BBM week, but I would have to check on it. I think it came in the first week of the survey.

Mr. Mair: If I could add one thing, too. With CIRPA a number of years ago we had a meeting with the CBC about their music content and at that time we were told that their internal guideline was 50% Canadian music.

Le président: Monsieur Blackburn.

M. Blackburn (Jonquière): Je voudrais revenir au rôle de la Société Radio-Canada. À votre avis, Radio-Canada devrait-elle avoir des règles différentes en termes de présentation de contenu canadien? Dans le cas de la radio d'État, ne devrait-on pas augmenter ce contenu?

Mr. Mair: My personal feeling is most definitely I think CBC has an obligation to expose at least as many, if not more, Canadian artists of any form, be it music, drama, etc., than the private broadcasting system which functions under a completely different mandate in this country. The same also applies on Air Canada with the music they play on their in-flights, as well as to other government-controlled organizations.

M. Blackburn (Jonquière): Quel devrait être le pourcentage de contenu canadien à Radio-Canada?

Mr. Chater: We quoted a figure, Mr. Blackburn, apropos the CBC, of 80% category 5, which is popular music.

M. Blackburn (Jonquière): Croyez-vous que les câblodistributeurs devraient avoir le loisir d'offrir tous les services des stations AM et FM sans exception, y compris la retransmission en stéréo et autres? Quelle peut être l'influence de cela sur l'industrie du disque?

Mr. Mair: If you are referring to Canadian stations being carried on cable, we see no problem with that. We really see no justification for American radio stations being carried on cable in Canada. The idea of stereo sound, since sound is so important to us and quality of sound is very important. . .

• 0930

M. Blackburn (Jonquière): Je pense que vous n'avez pas bien saisi ma question. Est-ce que les câblodistributeurs devraient avoir le droit de présenter,

[Traduction]

constaté que pour une semaine donnée la station CFRB joue trois fois plus de musique canadienne que la SRC aux mêmes heures, en raison de la structure des émissions musicales.

Le président: Monsieur Chater, puis-je savoir si la semaine en question était une semaine dite «stratégique», puisque nous savons que la SRC se soucie davantage que dans le passé des sondages BBM.

M. Chater: J'ai l'impression que le BBM effectuait un sondage cette semaine-là mais il me faudrait le vérifier. C'était, je crois, la première semaine du sondage.

M. Mair: J'aimerais ajouter autre chose. Il y a quelques années, CIRPA a rencontré la SRC pour discuter de son contenu musical et elle nous a dit à ce moment-là que ses directives internes prévoyaient 50 p. 100 de musique canadienne.

The Chairman: Mr. Blackburn.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would like to come back to the Canadian Broadcasting Corporation's role. In your opinion, should there be different rules with respect to Canadian content for the CBC? Should the Canadian content quota not be increased for the Crown-owned radio network?

M. Mair: J'estime pour ma part que la SRC se doit d'exposer autant sinon plus d'artistes canadiens de tous les secteurs, que ce soit la musique, les productions dramatiques, etc., que les radiodiffuseurs privés qui ont au Canada un mandat bien différent. Il en va de même d'Air Canada, pour ce qui est de la musique qu'elle joue sur ses vols, et de tous les autres organismes publics.

Mr. Blackburn (Jonquière): What should be the percentage of Canadian content at the CBC?

M. Chater: Monsieur Blackburn, en parlant de la SRC, nous avons dit que la proportion devrait être de 80 p. 100 pour la catégorie 5, à savoir celle de la musique populaire.

Mr. Blackburn (Jonquière): Do you believe that cable broadcasters should have the choice of offering the same range of services as AM and FM stations, without exception, including stereo rebroadcasting and other services? What could be the impact of that on the record industry?

M. Mair: Si vous voulez parler de la transmission par câble des émissions des stations canadiennes, nous n'y voyons aucun problème. Nous ne voyons vraiment pas pourquoi des émissions des stations de radio américaines seraient transmises par câble au Canada. Puisque nous attachons une si grande importance au son et à la qualité du son, la question du son stéréo. . .

Mr. Blackburn (Jonquière): I do not think you understood my question correctly. Should cable companies have the right to carry the various AM and FM

[Text]

sur le câble, les différentes programmations des stations de radio AM et FM du Canada, et ce sur tout le territoire? Est-il souhaitable qu'il en soit ainsi? Quelle influence cela pourrait-il avoir sur l'industrie du disque?

Mr. Mair: If it was only Canadian stations, particularly in the rural areas, it would probably give a broader diversity of entertainment. To me, this is positive, both as a Canadian and as a record company. I think there are probably areas that are underserved with regard to certain kinds of music because of the limited number of local stations. We would, I believe, be in favour of giving cable systems the right to carry Canadian radio stations across the country.

Of course, it then enters the question of obligation to pay performing rights' societies, etc. Currently cable is exempt from this. It is not something that is appealing currently, nor would it be in the future.

M. Blackburn (Jonquière): Vous vous opposez complètement à ce que les câblodistributeurs transmettent des émissions radiophoniques américaines, n'est-ce pas?

Mr. Mair: I see no justification for it. I see no need for it.

Le président: Merci, monsieur Blackburn.

Thank you, gentlemen. I just wanted to draw to your attention, in case you were not here yesterday, that Michael McEwen of CBC has made a commitment to 40%. Maybe your intervention in October had some effect. Thank you very much for your help today. I just draw to your attention that there may be some written questions submitted to you. We would ask you to respond in writing. Thank you.

I would like to move on now to more representatives of the industry. Brian Robertson is President of the Canadian Recording Industry Association. Mr. Robertson, you are welcome. We invite you to make a short verbal introduction and then we will fire away with the questions.

Mr. Brian Robertson (President, Canadian Recording Industry Association): Thank you, Mr. Chairman and members of the committee. I am pleased to have the opportunity of sharing our views with you today.

There may be some overlap of these views with the same views that CIRPA has expressed, but I do not make any apologies for this. There were some important issues and comments. I think we both may support the same views here.

The Canadian Recording Industry Association represents all the major record companies in Canada, including all the leading Canadian-owned independent labels. In all, they represent in excess of 95% of the sound recordings manufactured and sold in Canada.

[Translation]

programs broadcast by Canadian radio stations across Canada? Is this advisable? What influence might it have on the record industry?

M. Mair: S'il ne s'agissait que de stations canadiennes, cela fournirait probablement une programmation plus variée, surtout en région rurale. En tant que Canadien et représentant d'une entreprise de disque, j'estime que ce serait bien. Je pense qu'il doit exister des régions où le nombre limité de stations locales limite la programmation de certains genres de musique. Je crois que nous accorderions volontiers aux câblodistributeurs le droit de présenter la programmation radio des stations canadiennes à l'échelle nationale.

Bien entendu, cela soulèverait la question des droits de diffusion, desquels les câblodistributeurs sont actuellement exemptés. En ce moment, cette obligation éventuelle n'est pas très intéressante; elle ne le sera pas plus à l'avenir.

Mr. Blackburn (Jonquière): You are completely opposed to cable companies carrying American radio programs, are you not?

M. Mair: Je ne vois aucune justification, ni aucun besoin, d'une telle pratique.

The Chairman: Thank you, Mr. Blackburn.

Merci, messieurs. Vous n'avez peut-être pas assisté à la séance d'hier, alors j'aimerais vous souligner que Michael McEwen, de Radio-Canada, s'est fixé un objectif de 40 p. 100 de programmation canadienne; votre intervention du mois d'octobre dernier y est peut-être pour quelque chose. Merci beaucoup de nous avoir aidés aujourd'hui. Je vous signale que nous vous soumettrons peut-être quelques questions écrites, auxquelles nous vous demanderons de bien vouloir répondre par écrit. Merci.

Nous allons entendre maintenant d'autres représentants de cette industrie. Brian Robertson est le président de l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement. Bienvenue, monsieur Robertson. Nous vous invitons à donner une brève présentation orale; ensuite, vous aurez droit à nos questions.

M. Brian Robertson (président, Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement): Merci, monsieur le président et membres du Comité. C'est un plaisir pour nous de vous faire part de nos avis aujourd'hui.

Il se peut que nos avis fassent double emploi jusqu'à un certain point avec ceux exprimés par la CIRPA, mais c'est tant mieux: cette organisation a soulevé des questions importantes et fait valoir des arguments solides. Il se peut que nos avis se rejoignent.

L'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement représente toutes les grandes entreprises d'enregistrement au Canada, y compris les grandes entreprises indépendantes à propriété canadienne. Dans l'ensemble, ces sociétés partagent au-delà de 95 p. 100 de

[Texte]

The relationship between the record industry and the broadcasting industry has always been somewhat of an uneasy marriage. Each of the partners needs the other to some extent but is rarely willing to acknowledge it. My presentation time is limited so I am going to just focus on a few specific issues.

Firstly, Canadian content requirements for radio broadcasters were probably responsible for establishing the foundation of what now is the Canadian record industry. They created a window through which our composers and performing artists could exhibit their many talents.

We still whole-heartedly support the concept of the guidelines; however, we strongly believe that after 17 years they need to be dusted off and looked at anew.

I will give you some examples. An analysis of when Canadian content is played will show you that the high volume will be found in late-evening or early-morning periods. Surely, this was not the spirit or intent of the regulations. We would be better off rebalancing the overall percentage to reflect greater exposure in prime time.

Another negative influence are the current "gold" formats, or playlists. There is probably less opportunity now for new Canadian artists and music to receive exposure in Canada than ever before.

A further irritant is the so-called repeat factor. This charming little rule limits the number of times a successful Canadian artist can be played so that his or her exposure is terminated just when he or she most critically needs it. There are many others such as the 30% minimum regulation which actually becomes a 30% maximum in the eyes of some broadcasters.

• 0935

I give you these examples purely to illustrate the flawed nature of the regulations. They need to be drastically overhauled, and it is essential that representatives of the record industry are involved in this process.

We are also concerned about the increased concentration of ownership. The broadcasting markets are in danger of being dominated by a handful of major companies. In our opinion this could lead to the increased cloning of music formats, less musical diversity and more programming influences from the United States.

On the subject of FACTOR/CTL and MusicAction, we do not support the view that these organizations should be made a condition of licence. The first objective should be to restructure them as a business rather than a welfare

[Traduction]

la fabrication et de la vente des enregistrements sonores au Canada.

La relation entre l'industrie de l'enregistrement et celle de la radiodiffusion n'a pas toujours été facile. Chacun des partenaires a un certain besoin de l'autre, sans toutefois vouloir l'avouer souvent. Mon temps de parole étant limité, je me concentrerai sur quelques questions précises.

Premièrement, c'est assurément aux exigences de programmation canadienne en radiodiffusion que nous devons les bases de l'actuelle industrie canadienne de l'enregistrement. Ces exigences ont créé une vitrine pour les nombreux talents de nos compositeurs et créateurs de la scène.

Encore aujourd'hui, nous appuyons sans réserve la notion de ces directives; cependant, nous avons la conviction qu'il faut les descendre des tablettes et les soumettre à une révision.

Je vous donnerai quelques exemples. Une analyse des heures d'émission révélera un volume élevé de programmation canadienne tard en soirée ou tôt en matinée. Il est évident que ce fait ne traduit pas l'esprit du règlement. Nous ferions mieux de revoir l'équilibre global pour diffuser plus de programmation canadienne en période de grande écoute.

La popularité actuelle d'émissions limitées au palmarès ou aux grands succès d'hier représente aussi un inconvénient. À l'heure actuelle, les artistes et compositeurs canadiens ont probablement moins l'occasion que jamais de faire connaître leur talent.

La règle concernant les reprises nous agace aussi. Cet amour de petite règle limite le nombre de fois qu'on peut diffuser l'oeuvre d'un créateur canadien connu; cela veut dire qu'au moment où cette personne doit absolument faire diffuser son oeuvre, la diffusion en est terminée. Il y a beaucoup d'autres irritants, tels que la règle du minimum de 30 p. 100 qui devient, au fond, celle du maximum de 30 p. 100 aux yeux de certains diffuseurs.

Ce sont des exemples que je vous donne uniquement pour illustrer les imperfections de ces règlements, qui devraient être revus de fond en comble; il est d'ailleurs essentiel que les représentants du monde des disques participent à cette révision.

Nous nous inquiétons également de la concentration de plus en plus serrée des intérêts. Les marchés de la radiodiffusion risquent d'être dominés par une poignée de grandes sociétés. À notre sens, cela entraînerait un clonage de plus en plus poussé des modes musicaux, réduirait la diversité musicale et ouvrirait davantage le Canada à l'influence américaine.

En ce qui concerne FACTOR/CTL et Music-Action, nous ne sommes pas d'accord avec la recommandation selon laquelle on devrait exiger de chaque station une contribution à ces deux sociétés comme condition

[Text]

organization. With an annual budget of \$5 million, it is not unreasonable to expect a responsible accounting of their activities together with a profit and loss statement.

Finally, we totally support your recommendations on the copyright issues which encompass the performing right in sound recording, the performers' right and the retransmission right. Thank you.

Mr. Caldwell: Thank you very much, Mr. Robertson. Do you actually manufacture the records? Do you physically make the records?

Mr. Robertson: A number of our members are record manufacturers, not exclusively but—

Mr. Caldwell: You did not mention it in your brief, but one of the proposals in the bilateral trade agreement is the reduction of tariffs on sound recordings. How do you feel it might affect your industry?

Mr. Robertson: The recommendations in the free trade negotiations paralleled the GATT agreement which was going to reduce tariffs over a 10-year period anyway. It is not new. We view the GATT treaty with some degree of caution because, at the present time, the manufacturing industry in Canada is pretty well self-contained. Between 90% and 95% of all recordings sold are manufactured here. You also have three Canadian companies that have just invested \$70 million in three compact disc plants which opened in the last year.

I think a lot depends on what happens with the Canadian dollar at the present time. As far as exporting is concerned, there is an advantage. If they do not have that advantage, it is difficult to say.

Mr. Caldwell: Only the dollar would make the difference. You do not feel our industry here is just as efficient as the U.S., that we could become a major centre of production for the U.S. We always tend to look at it the other way around, that they will flood us, but I think we have enough confidence in our manufacturers here that they can be pretty efficient if they want to be.

Mr. Robertson: They can indeed and the opportunity is there. The problem is that there has always been a smaller volume than the high volumes in the United States. The high volumes usually bring lower unit prices. If the Canadian companies are just as efficient and the quality is just as high, the opportunities are there.

Mr. Caldwell: We are concerned about Canadian content, but if a Canadian manufacturer could get the

[Translation]

d'obtention de la licence. Comme premier objectif, on devrait avoir leur restructuration en tant que sociétés commerciales plutôt que comme oeuvres de charité. Leur budget annuel étant de 5 millions de dollars, il serait logique de s'attendre à ce qu'elles puissent rendre compte de façon responsable de leurs activités et déposer un état de leurs profits et pertes.

Enfin, nous souscrivons entièrement à vos recommandations sur le droit d'auteur qui protégeraient les enregistrements sonores et reconnaîtraient le droit des artistes interprètes et le droit de retransmission. Merci.

M. Caldwell: Merci beaucoup, monsieur Robertson. Votre société fabrique-t-elle les disques? Est-ce vous qui les produisez du point de vue matériel?

M. Robertson: Certains de nos membres sont des fabricants de disques, mais pas exclusivement. . .

M. Caldwell: Vous n'en avez pas parlé dans votre exposé, mais l'une des propositions de l'accord de libre-échange, c'est justement la réduction des tarifs sur les enregistrements sonores. Cela doit-il toucher votre industrie?

M. Robertson: Les recommandations émises lors des négociations sur le libre-échange rejoignent celles du GATT qui visaient à réduire les tarifs sur 10 ans. Rien de tout cela n'est nouveau. Nous avons certaines réserves à l'égard du Traité du GATT, puisque à l'heure actuelle, l'industrie manufacturière canadienne se suffit assez bien à elle-même. De 90 à 95 p. 100 de tous les enregistrements vendus au Canada sont fabriqués ici. En outre, trois sociétés canadiennes viennent d'ouvrir au cours de la dernière année une usine de fabrication de disques compacts et y ont investi 70 millions de dollars.

Tout dépend de la stabilité du dollar canadien. Dans le cas des exportations, il représente évidemment un avantage pour nous. Sans cet avantage, il m'est difficile de me prononcer.

M. Caldwell: Donc, c'est uniquement le rendement du dollar qui ferait toute la différence. Vous ne semblez pas croire que notre industrie serait aussi efficace que l'industrie américaine et que nous pourrions devenir un grand centre de production pour les États-Unis. On prend toujours le problème en sens inverse, d'habitude: on a l'impression que ce sont les États-Unis qui nous inonderont. Je pense, au contraire, qu'il faut faire confiance à nos fabricants et se dire qu'ils peuvent être très efficaces lorsqu'il le faut.

M. Robertson: Certes, et toutes les possibilités leur sont offertes. Le problème, c'est que le volume de disques est beaucoup plus faible ici qu'aux États-Unis. Or, en fabricant un nombre plus élevé de disques, le prix à l'unité est généralement plus bas. Mais si les compagnies canadiennes peuvent être aussi efficaces que les américaines et produire des disques d'aussi grande qualité, toutes les portes leur sont ouvertes.

M. Caldwell: On parle de contenu canadien; si un fabricant canadien pouvait obtenir les droits de

[Texte]

rights to produce the U2 for North America, it would also be a major factor.

Mr. Robertson: Yes, although the licensing arrangements in terms of acquiring talent of that stature or any stature is a little more complex than that. The licensing for the rights to use the product are a little different from the manufacturing rights.

Mr. Caldwell: If you could land a contract like that, if Capitol decided their base is going to be in Toronto and not where it is, in Los Angeles or someplace, it could be a real boon to our industry here.

Mr. Robertson: Yes, absolutely.

• 0940

Mr. Caldwell: Let us get back to some of the points you have mentioned. You were here when the earlier witnesses mentioned the fact that CFRB is quite high in Canadian content in their programming. Would you also put them under the category of playing too much gold?

Mr. Robertson: CFRB is not a good example because the station is very heavily talk oriented. Its percentage of total music is quite low in comparison with other stations. I think the CIRPA representatives were drawing a comparison between the CBC and CFRB, not necessarily that CFRB was a shining example of playing Canadian content.

Mr. Caldwell: You are concerned about the music-of-your-life type of formats.

Mr. Robertson: No.

Mr. Caldwell: Give us an example of what you are calling the gold format.

Mr. Robertson: CHUM is a prime example in Toronto. It previously was a top-20 or top-40 station, which provided opportunities for new Canadian music and performers to be heard. The gold format is where they reduce the exposure of new releases and new artists and go to old hits. It is probably the best example. The Canadian artists who are heard are Canadian artists who have had success not this year but years ago, for example, Gordon Lightfoot and even The Guess Who. Such exposure does not benefit in any way new Canadian artists and new Canadian music. It returns to some extent some revenue to composers, but that is about all.

Mr. Caldwell: I have one final comment, and I see the chairman is giving me the light. You have mentioned the concentration of ownership. I might just say to you that one of our witnesses yesterday was Ted Rogers, who is probably one of the best examples of concentration of ownership. The point he was making—and I think there is some validity to it and something on which you might want to comment—is that unless Canadian companies get big, we have very great difficulty competing on a North

[Traduction]

production des disques du groupe U2 pour l'Amérique du Nord, cela pèserait lourd dans la balance.

M. Robertson: En effet, mais dans les cas de groupes aussi talentueux et aussi célèbres que celui-là, les négociations pour obtenir les droits sont plus complexes que cela. Les droits d'utilisation du produit ne sont pas les mêmes que les droits de manufacture.

M. Caldwell: Si vous pouviez décrocher un contrat comme celui-là ou si Capitol décidait de s'installer à Toronto plutôt qu'à Los Angeles où elle est actuellement, ce serait tout un avantage pour votre industrie, n'est-ce pas?

M. Robertson: Certes.

M. Caldwell: Revenons à certains des points que vous avez mentionnés. Vous étiez présent lorsque le témoin précédent a mentionné que CFRB jouait beaucoup de contenu canadien. Diriez-vous que CFRB joue, elle aussi, beaucoup trop de vieux succès?

M. Robertson: CFRB n'est pas un bon exemple, puisque l'on y parle beaucoup. Le pourcentage total de musique qu'elle diffuse est donc faible par rapport aux autres postes. Je pense que les représentants de la CIRPA comparaient Radio-Canada et CFRB, sans nécessairement vouloir prouver que CFRB jouait beaucoup de musique canadienne.

M. Caldwell: Ce qui vous inquiète, ce sont les postes qui diffusent de la musique du genre des vieux succès?

M. Robertson: Non.

M. Caldwell: Donnez-nous donc un exemple de ce que vous appelez le modèle des vieux succès?

M. Robertson: CHUM est le meilleur exemple à Toronto. Naguère, elle diffusait les 20 ou 40 premiers titres, ce qui permettait aux nouvelles chansons et aux nouveaux interprètes canadiens de se faire entendre. Le modèle des vieux succès, c'est lorsque l'on réduit le nombre de nouveaux titres et d'interprètes d'aujourd'hui pour faire place aux succès d'hier. C'est la meilleure façon de vous l'expliquer. Autrement dit, les artistes canadiens que l'on entend sur les ondes ne sont pas des artistes qui ont connu le succès cette année, mais il y a déjà plusieurs années comme Gordon Lightfoot ou même *The Guess Who*. Ces succès ne profitent donc pas aux nouveaux artistes canadiens ni aux nouvelles oeuvres canadiennes. Bien sûr, cela donne des redevances aux compositeurs, dans une certaine mesure, mais c'est tout.

M. Caldwell: J'ai une dernière observation, puisque j'ai le feu vert du président. Vous avez parlé de la concentration des intérêts. Hier, nous avons entendu Ted Rogers qui est sans doute le meilleur exemple de ce que l'on peut appeler la concentration des intérêts. Ce qu'il nous a dit est vrai jusqu'à un certain point, et vous voudrez peut-être y réfléchir: d'après lui, tant que les sociétés canadiennes ne grossiront pas, elles auront beaucoup de difficultés à concurrencer les autres sur le

[Text]

American or global market. Small will be eaten up by competition.

Unless the Canadian telecommunications industry expands to the point where, in Rogers's case, a small radio station that may not be very profitable can be supported by another industry that might be, the dangers of the little radio station disappearing are pretty great. This is the argument for concentration of ownership.

Mr. Robertson: I do not quite understand the comment. When there was a recent call for tenders on an FM station in Toronto, I think there were 26 applications and it was given to an independent owner. The independent owner had his financing in place. He had his music format in place. I do not see what is wrong with the concept of selection and why it cannot be applied to any other Canadian marketplace.

Ms McDonald: I would just like to pursue the free trade question a little bit more. What is the situation with tariffs now between the United States and Canada for recordings?

Mr. Robertson: It was 14.5. I think it has either been reducing or it is just being reduced.

Ms McDonald: This is from the U.S. into Canada. What about from Canada into the U.S.?

Mr. Robertson: It is somewhat lower but similar, Ms McDonald.

Ms McDonald: Do Canadian recording companies sell to the U.S. now?

Mr. Robertson: There is very little transborder trade in finished recordings.

Ms McDonald: Either way.

Mr. Robertson: Either way, of any volume. One gets into areas of copyright and exclusive licensing. Most of the transactions in recordings are usually on licensing transactions whereby someone in the U.S. would have the exclusive right to produce, manufacture and market records in that country, and vice versa here too.

Ms McDonald: Under GATT, this 14% or whatever would be disappearing to zero over a 10-year period. The proposed free trade agreement would have it disappear faster.

Mr. Robertson: Basically, the free trade recommendation is a mirror of the GATT treaty.

Ms McDonald: Would it go any faster?

Mr. Robertson: No.

Ms McDonald: In this case the free trade agreement is irrelevant. It was going to happen anyway.

[Translation]

marché nord-américain ou sur le marché mondial. En effet, toujours d'après lui, les petites entreprises seront englouties.

À moins que l'industrie canadienne des télécommunications ne prenne de l'expansion et—comme dans le cas de Rogers—permette alors aux petites stations de radio qui ne sont pas assez rentables par elles-mêmes d'être épaulées par une autre qui le serait plus, le risque pour elles de disparaître est toujours énorme. Voilà pourquoi on favorise la concentration des intérêts.

M. Robertson: Je ne comprends pas tout à fait. Récemment, lorsque l'on a fait un appel d'offres sur une station FM de Toronto, on a reçu 26 demandes, et après avoir fait une sélection, on a choisi un propriétaire indépendant. Celui-ci avait trouvé ses capitaux et avait décidé quel modèle musical il adopterait. Je ne vois pas pourquoi on ne pourrait pas faire une telle sélection et appliquer ce modèle aux autres marchés canadiens.

Mme McDonald: J'aimerais revenir sur la question du libre-échange. Quels sont les tarifs qui s'appliquent actuellement aux disques circulant entre les États-Unis et le Canada?

M. Robertson: C'était 14.5, et je ne suis pas sûr si ce tarif a été réduit ou non.

Mme McDonald: Cela, c'est pour les disques qui passent des États-Unis au Canada. Qu'en est-il de ceux qui vont du Canada aux États-Unis?

M. Robertson: C'est presque la même chose, madame McDonald.

Mme McDonald: Les compagnies de disques canadiens vendent-elles actuellement aux États-Unis?

M. Robertson: Il y a très peu de ventes de disques transfrontalières.

Mme McDonald: Dans l'un ou l'autre sens?

M. Robertson: Dans l'un ou l'autre sens, et quelle que soit la quantité. C'est parce que l'on tombe dans les questions de droit d'auteur et de licence exclusive. La plupart des transactions dans le domaine des disques portent sur les licences: on donne à quelqu'un aux États-Unis le droit exclusif de produire et de commercialiser les disques, et vice versa au Canada.

Mme McDonald: D'après la décision du GATT, ce tarif de 14 p. 100, par exemple, devrait disparaître d'ici 10 ans. Tout ce que se propose de faire l'accord de libre-échange, c'est de le faire disparaître plus vite.

M. Robertson: Au fond, la recommandation de l'accord de libre-échange est identique à celle du GATT.

Mme McDonald: Mais est-elle mise en vigueur plus rapidement?

M. Robertson: Non.

Mme McDonald: Donc, dans ce domaine-ci, l'accord de libre-échange ne donne rien du tout, car le tarif allait de toute façon disparaître.

[Texte]

[Traduction]

• 0945

Mr. Robertson: Totally. Absolutely right. It was a misconception. It looked as though the free trade agreement had actually established the removal of the tariffs. But the GATT treaty was already doing that, over a 10-year period.

Ms McDonald: You oppose the CRTC's existing policy of making contributions to FACTOR/CTL a condition of licence. Why? What is your association with the radio broadcasters in FACTOR/CTL, and why the opposition?

Mr. Robertson: Until the Department of Communications became involved with their funding, the broadcasters' financial involvement in FACTOR/CTL was fairly small. I am not saying it was insignificant, but it was relatively small in comparison with what they were endeavouring to achieve with this fund. Even now, \$5 million, which is fragmented between English and French, with all sorts of various demands on it, is really too small to achieve their objectives effectively.

That is not to say it should not be there and it should not be expanded. We believe there is an opportunity for such a fund. But we think it should be outside the broadcasting interest.

Ms McDonald: Why have radio broadcasters not complained to our committee about the practice?

Mr. Robertson: About the practice of. . .?

Ms McDonald: You have not quite gone back to the CRTC question at the beginning—on the CRTC's policy of making contributions a condition.

Mr. Robertson: My answer, Ms McDonald, is that I do not believe broadcasters should have financial input into that organization. I think it should receive funding from government, ideally—

Ms McDonald: And who else?

Mr. Robertson: Wherever we can practically receive responsible funding. But we do not believe it should be expanded in the same way as the committee is recommending, as a term of the licence renewal, which I believe is what the recommendation is.

Ms McDonald: Are there are some kinds of records FACTOR/CTL is not likely to support?

Mr. Robertson: The FACTOR funding concentrates primarily on the popular music area at present. I am not represented on the board of FACTOR. I do not have access to the details. The majority of the funding, in my belief, is mostly for popular music. Mr. Mair is on the board, and if I am wrong maybe he can correct me. But I believe it is focused in that area.

M. Robertson: Tout à fait. C'est ce que l'on ne semble pas comprendre. On a l'impression que c'est l'accord du libre-échange qui a supprimé les tarifs. Or, le traité du GATT l'avait recommandé, mais sur une période de 10 ans.

Mme McDonald: Vous n'êtes pas d'accord avec la politique actuelle du CRTC selon laquelle il faudrait obliger toutes les stations à contribuer à FACTOR/CTL pour pouvoir obtenir une licence. Pourquoi? Quels sont vos liens avec les diffuseurs de la radio qui siègent à FACTOR/CTL? Pourquoi êtes-vous contre?

M. Robertson: Jusqu'à ce que le ministère des Communications s'occupe de la façon dont FACTOR/CTL était financé, la participation financière des radiodiffuseurs était relativement faible. Je ne dis pas qu'elle était inexistante, mais elle était relativement faible par rapport à ce que l'on essaie de faire avec le fonds en question. Même aujourd'hui, avec un budget de 5 millions de dollars partagés entre le réseau anglais et le réseau français, budget auquel se greffent toutes sortes de contraintes, c'est trop peu pour atteindre efficacement les objectifs.

Cela ne signifie pas qu'elles ne devraient pas exister et qu'elles ne devraient pas prendre de l'envergure. Un fonds de ce genre peut être très valable. Mais, d'après nous, on devrait sortir du milieu des diffuseurs.

Mme McDonald: Pourquoi les radiodiffuseurs ne se sont-ils pas plaints à notre Comité de cette pratique?

M. Robertson: De quelle pratique. . .?

Mme McDonald: Vous n'avez pas vraiment répondu à ma question du début, au sujet de la recommandation du CRTC de faire d'une contribution une condition d'octroi des licences.

M. Robertson: Je crois, madame, que les diffuseurs ne devraient pas participer financièrement à cette structure qui devrait, idéalement, être subventionnée par le gouvernement. . .

Mme McDonald: Et par qui d'autre?

M. Robertson: Quiconque est capable de la subventionner. Mais nous ne croyons pas que le Comité doive recommander, comme il le fait, que la contribution soit une condition essentielle au renouvellement de la licence.

Mme McDonald: Quels genres de disques la FACTOR/CTL ne subventionne-t-elle pas?

M. Robertson: FACTOR/CTL subventionne principalement le domaine de la musique populaire actuelle. Mais comme je ne siège pas au conseil d'administration de FACTOR/CTL, je n'en connais pas les détails. Que je sache, les fonds servent surtout à subventionner la musique populaire. Mais M. Mair pourra me corriger, puisqu'il y siège, lui, au conseil d'administration. Mais je pense que c'est comme cela que cela se passe.

[Text]

Ms McDonald: Your comments on the spirit and letter of the CRTC's rules, the percentages and so on, I will not ask any questions on. I think we understand your message very clearly on that and are sympathetic to it.

M. Blackburn (Jonquière): Permettez-moi de revenir sur la question du libre-échange et du GATT, au niveau de la réduction des tarifs douaniers. Vous nous disiez que, de toute façon, c'était déjà inclus dans le GATT. Selon le GATT, est-ce que cela devait être réduit sur un certain nombre d'années? Combien restait-il d'années, s'il y a lieu?

Mr. Robertson: I believe it is 1995. The GATT agreement was signed 18 months to 2 years ago, and it was a 10-year scale-down of the tariffs. So that would be, from 1985-86, 1995 or 1996.

M. Blackburn (Jonquière): Votre association perçoit-elle positivement cet Accord?

Mr. Robertson: There is a certain amount of free enterprise to it. If the new Copyright Act is in place by 1995, which some of us are a little sceptical about, there will be some degree of protection at the border on copyright policies. About the manufacturing industry, we think the plants probably can compete in an international market and it would not be particularly destructive to them.

• 0950

M. Blackburn (Jonquière): Je voudrais revenir à ce que vous appelez l'irritant du facteur de répétition. Pouvez-vous nous donner un peu plus de précisions là-dessus? Que souhaitez-vous à cet égard?

Mr. Robertson: It effectively limits the amount of exposure that a successful recording can have and cuts off the number of times that recording can be repeated in a certain time period. It is difficult enough to establish a hit recording of a Canadian artist at the best of times, but to have a ceiling on the number of times that recording can be played is, in our view, not the best way of continuing to build a star system in this country.

M. Blackburn (Jonquière): Est-ce qu'on devrait éliminer cela complètement ou simplement accroître le nombre?

Mr. Robertson: Increasing it would certainly be an improvement from what it is at the present time. There is a sensitivity to what is called burn-out, which is overexposure of play. I think we have to find the middle ground between burn-out and underexposure. That is why I think it is important that, in the consulting process in this area, the recording industry is totally a part of the process.

I think the whole of the CRTC guidelines have to be relooked at and overhauled, and I think it has to be done soon. They should receive all input and all views so that they can be given a fresh look, because I think they are out of date.

[Translation]

Mme McDonald: Je ne vous interrogerai pas sur l'esprit et la lettre des règlements du CRTC, ni sur les pourcentages. Nous vous avons bien compris et nous accueillons bien favorablement vos doléances.

Mr. Blackburn (Jonquière): Let me take you back to this matter of the free trade and GATT recommendation on reducing tariffs. You were saying that it was already included in the recommendation from GATT. According to GATT, how many years was this reducing of the tariffs supposed to take? How many years were still left?

M. Robertson: Je pense que les tarifs devaient être abolis d'ici 1995. L'accord du GATT a été signé il y a maintenant 18 mois à deux ans, et l'élimination progressive des tarifs devait se faire sur 10 ans. Voilà pourquoi je parle de 1995 ou 1996.

Mr. Blackburn (Jonquière): Does your association think positively of the free trade deal?

M. Robertson: L'accord laisse un certain jeu à la libre entreprise. Si la nouvelle Loi sur le droit d'auteur est en vigueur d'ici 1995, ce dont certains d'entre nous doutent, notre droit d'auteur sera protégé dans une certaine mesure à la frontière. En ce qui concerne l'industrie de manufacture des disques, nos usines peuvent sans doute faire face à la concurrence du marché international et ne seront pas particulièrement lésées par l'accord.

Mr. Blackburn (Jonquière): Let me go back to the so-called irritant of the repeat factor. Could you give us more details on that? What would you like to see in that area?

M. Robertson: Ce facteur limite le nombre de fois que l'on peut jouer un disque qui remporte un succès commercial, sur une durée déterminée, s'entend. Même dans le meilleur des mondes, il est très difficile pour un artiste canadien de remporter un grand succès sur disque; ce n'est pas en plafonnant le nombre de fois par jour où l'on peut jouer tel ou tel disque que le Canada se constituera un vedettariat.

Mr. Blackburn (Jonquière): Should we not simply eliminate this repeat factor, or change the ceiling?

M. Robertson: Augmenter le nombre de fois par jour, ce serait certainement mieux que ce qui se passe actuellement. Nous sommes quand même sensibles à ce phénomène de *burn-out* qui survient lorsque l'on fait trop jouer un disque. Il faut donc trouver le juste milieu entre cette dite surexposition et une trop faible diffusion. Voilà pourquoi je trouve important que l'industrie du disque participe à la consultation.

Il me semble urgent de revoir et même de réviser complètement les lignes directrices du CRTC. Il est essentiel que tous les secteurs intéressés fassent connaître leur point de vue pour que ces lignes directrices soient rajeunies, car elles sont vraiment désuètes.

[Texte]

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Robertson, je vous remercie.

Mr. Pennock: Welcome, Mr. Robertson.

I have two questions. First of all, if I may, I would just like to follow up on Mr. Blackburn's line of questioning for a minute. If you were given your druthers realistically, and I refer to your analysis of the Canadian content going in the early and late periods, with which, as Ms McDonald says, we all sympathize, what would you see as an idealistic balance, realistically, so it could be sold by the broadcasters to their advertisers? If you could write the new regulation, what would you write?

Mr. Robertson: This is a very difficult question, because you are putting me in the position of trying to analyse a radio station's relationship to its advertisers. We understand the sensitivity of the issue; we understand the concerns of broadcasters in terms of regulations.

From our point of view, we feel that the broadcasters are not living up to the spirit of the regulations. I do not see the point in having 30% Canadian content, if in prime time, it ends up at 5% or less. I really do not have an answer of what the ideal situation might be.

From our point of view we would like to see it evenly balanced over all the 24-hour period, or certainly in prime time. If a station has an audience of 800,000 people in prime time and 100,000 or 50,000 at 11.30 p.m. or 6 a.m., obviously the intent of the regulations is totally being bypassed, so there has to be a change in the present guidelines.

Mr. Pennock: I will go on to my second question, because time is short. To follow up on Mr. Caldwell's question about the ownership in the radio broadcasting, I would first of all like to note that in the Caplan-Sauvageau report, under "Ownership in Radio Broadcasting", they said that "ownership patterns indicate the degree of concentration of economic power in broadcasting" and they indicated that "although concentration has been increasing, ownership is still quite widely dispersed".

I would like to come back to what you indicated about the broadcasting industry to Mr. Caldwell. I refer to the 1985 highlights of your industry, and I would like to read from it:

Twelve companies under foreign ownership, most of them very large, dominate the market, accounting for 72% of new albums and 80% of revenue of sales from records and tapes.

Is not your industry "big is better"?

[Traduction]

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Robertson, thank you very much.

M. Pennock: Bienvenue, M. Robertson.

J'ai deux questions à poser. Tout d'abord, j'aimerais continuer dans la même veine que M. Blackburn. Je me reporte d'abord à votre analyse du contenu canadien, tout au long de la journée de diffusion. Comme vous, nous sommes désenchantés—M^{me} McDonald le disait—de voir que les oeuvres canadiennes sont reléguées aux heures très tardives ou très matinales. Si c'était vous qui tiriez les ficelles, quel équilibre réaliste pourriez-vous suggérer que les diffuseurs puissent proposer à leurs publicitaires? Qu'est-ce que vous inscririez au nouveau règlement?

M. Robertson: Votre question est difficile: vous me demandez d'analyser les liens qui existent entre la station de radio et ses commanditaires. C'est une question très délicate et nous comprenons bien les problèmes que cela peut poser en termes de règlements aux diffuseurs.

En ce qui nous concerne, nous sommes d'avis que les diffuseurs ne respectent pas l'esprit des règlements. À quoi cela sert-il d'exiger 30 p. 100 de contenu canadien si, aux heures de grande écoute, ce contenu descend à 5 p. 100 ou à moins? Je ne sais vraiment pas ce que serait l'idéal.

Nous, nous préférierions que le contenu soit réparti le plus également possible sur une durée de 24 heures, et qu'il soit évidemment maintenu aux heures de grande écoute. Autrement dit, si une station a un auditoire de 800,000 personnes aux heures d'écoute maximum et que ce chiffre descend à 100,000 ou à 50,000 à 23h30 ou à 6 heures du matin, il est évident que l'on contourne complètement l'esprit des règlements; il faut donc modifier les directives actuelles.

M. Pennock: Je passe donc à ma deuxième question, puisque le temps nous presse. Pour poursuivre dans la même veine que M. Caldwell sur la question de la propriété dans le domaine de la radio, j'aimerais tout simplement souligner qu'au chapitre de «la propriété dans le domaine de la radio» du rapport Caplan-Sauvageau, je lis ce qui suit: «Les structures de propriété nous renseignent sur le degré de concentration de pouvoir économique en radiodiffusion»; je puis également lire que «bien qu'on assiste à une augmentation de la concentration, la propriété des ondes reste toujours relativement partagée».

Je reviens à ce que vous avez dit à M. Caldwell au sujet de l'industrie de la radiodiffusion. Je me reporte d'ailleurs aux points saillants de 1985 pour votre industrie, et je cite:

Douze sociétés, la plupart très grandes, et dont les intérêts sont étrangers, dominant le marché et comptent pour 72 p. 100 de la production de nouveaux albums et 80 p. 100 des revenus tirés de la vente de disques et de cassettes.

Dans votre industrie aussi, ne vaut-il pas mieux être gros pour survivre?

[Text]

[Translation]

• 0955

Mr. Robertson: It is indeed, and actually there is one less company since those figures came out. The point is a few companies dominate the marketplace, but in terms of the kind of product they bring to the market, it is widely diverse; in fact, that concentration of ownership does not restrict the type of product that comes to the marketplace.

The view we have on the concentrating of ownership in radio broadcast is that it will end up with cloning, whereby you will have almost like a franchise the sound of a station in much the same way as if you travel across Canada and you go into a shopping mall you always see the same retailers dominating those shopping centres. Our concern is you will have these clones of different market sounds in each market, that you will not have that diversity and you will not have the entrepreneurial interest that independent owners may give you. It is already happening now in Toronto. There is very little musical diversity in Toronto, and we see that expanding into other markets.

The Chairman: Mr. Robertson, you have been of considerable help to us. There may be some written questions we may wish to pass to you later, and we would invite you to respond to those.

Now we will move to the Canadian League of Composers, from whom we do not have written material. They will be making an oral presentation.

Mr. A. Pauk (President, Canadian League of Composers): In speaking on behalf of the League of Composers, I would like to say that the league is a voluntary council of 12 people representing composers from across the country. We act as a lobbying organization or a kind of conscience organization, mostly on behalf of creators of concert music, although our membership does write music for film, television, etc.

I should also mention that I am a member of the Canadian Advisory Committee on the Status of the Artist. This committee reviews quite a number of concerns which affect the livelihood of artists and their role in Canadian society.

In making my presentation, I would like to say that I am representing artists who are not heavily involved in the commercial fields. I must say that as an artist I am a little bit intimidated at having to deal with this kind of report which is so heavily involved with business. We feel we are confronted with a kind of monolithic international entertainment industry that is not involved very heavily with art.

• 1000

I am here to speak on behalf of artistry. I think the report minimizes artistry and emphasizes industry. In fact the word "art" hardly appears in the report. The numbers game relating to audience size, markets, royalties and fees seems to take precedence. I think that is fine; I think the market situation is necessary, but I think the artist is being gradually squeezed out of the broadcasting picture

M. Robertson: Bien sûr, et d'ailleurs une des sociétés dont vous parlez a disparu depuis que ces chiffres ont été publiés. Très peu de sociétés dominent le marché, même si leurs produits sont très diversifiés; en fait, la concentration d'intérêts ne limite pas le type de produits mis sur le marché.

Mais, d'après nous, la concentration des intérêts en radiodiffusion entraînera un certain «clonage»: autrement dit, cela reviendra à franchiser l'image sonore d'une station, tout comme on franchise la vente au détail dans tous les centres commerciaux du Canada. Mais si l'on assistait à la diffusion dans tous les marchés de ce clonage de quelques images sonores, il nous manquerait alors la diversité sonore, d'une part, et l'esprit d'entreprise que peuvent avoir les propriétaires indépendants, d'autre part. D'ailleurs, on constate déjà ce phénomène à Toronto, où la diversité musicale est réduite à son minimum. Ce phénomène va sans doute se répandre dans d'autres marchés.

Le président: Monsieur Robertson, vous nous avez été d'une grande aide. S'il arrivait que nous voulions vous envoyer d'autres questions ultérieurement, auriez-vous l'obligeance d'y répondre par écrit?

Nous accueillons maintenant la Ligue canadienne des compositeurs qui a choisi de ne pas nous envoyer de mémoire mais de nous présenter plutôt un exposé.

M. A. Pauk (président, Ligue canadienne des compositeurs): La Ligue des compositeurs est un conseil regroupant 12 bénévoles qui représentent les compositeurs établis partout au Canada. Nous faisons du «lobbying» et nous sommes en quelque sorte la conscience des créateurs de musique de concert, même si nos membres composent également de la musique de films et de télévision, notamment.

Je suis membre du Comité consultatif canadien sur le statut des artistes, qui se penche sur les questions touchant de près les moyens d'existence des artistes et leur rôle dans la société canadienne.

Au départ, j'aimerais souligner que je représente les artistes qui ne travaillent pas en majeure partie dans les domaines commerciaux. En tant qu'artiste moi-même, je ne suis pas tout à fait à l'aise devant ce genre de rapport, qui parle tant du monde des affaires. Nous avons l'impression de nous buter à une industrie du spectacle monolithique et international qui a très peu à voir avec l'art.

Je voudrais, quant à moi, vous parler de la chose artistique. Or, il nous semble que ce rapport en parle très peu et préfère plutôt s'attarder à l'industrie de l'art. En fait, le rapport ne parle à peu près jamais d'art en soi. Il préfère jouer avec des chiffres représentant la taille de l'auditoire, les marchés, les redevances et les droits de tous les genres. C'est très bien; il faut évidemment tenir

[Texte]

by commercial concerns which have the resources to develop whatever kind of product and markets they want.

I stated this the first time I spoke for the Caplan-Sauvageau committee. At least an alternative is needed for concert composers to be represented in the country, one which does not have the pressures of having to be a commercial success in that forum.

Over the years I think the CBC has admirably fulfilled this role, but with the financial pressures, cutbacks and the pressures to be more popular, there is a reduction of that role and a disappearance of the ability of CBC to be exploratory and experimental and give an airing of music which is not going to be commercially successful.

I think this music should be heard simply because all commercial music, and very often the technological developments in the music world, have been based on what has taken place in the experimental or the non-commercial world. A huge number of film scores have music created by composers today, but based on music of Tchaikovsky, Mahler or Debussy. There is a kind of a copying going on based on music which was originally a non-commercial creation. Similarly, you have rock music technology based on explorations and techniques developed by non-commercial composers and creators.

I think there has to be a public broadcasting situation which serves those creators, which gives them and producers who are able to work with them proper amounts of money for developing their art or craft and for recording, broadcasting and promoting that music. My main point is that the serious music composers in this country are increasingly being treated as a minority and not as a national treasure or national resource.

• 1005

I know that certain parties would like to see those composers possibly remain in the background. I would just like this dilemma to be known to the broadcasting industry, to the government, who is in a position to increase funding to the CBC, possibly not for huge blocks of time on FM radio or AM radio as it currently exists, but I spoke earlier of having a second network that fulfils this function.

So, briefly put, that is the point of view the Canadian League of Composers is taking on this, and I would be happy to discuss this point of view.

[Traduction]

compte du marché, mais il semble que l'artiste est relégué petit à petit au second plan de la radiodiffusion par des intérêts commerciaux qui ont les ressources voulues pour développer le genre de produits et les marchés qu'ils souhaitent établir.

Je ne fais que répéter ce que j'ai dit devant le comité Caplan-Sauvageau. Il faut que l'on donne une seconde chance aux compositeurs d'oeuvres de concert et leur permettre d'être entendus au Canada, sans nécessairement qu'ils soient obligés de remporter un succès commercial avec leur oeuvre.

Au cours des ans, Radio-Canada a admirablement bien rempli ce rôle. Cependant, les pressions financières, les coupures et la nécessité d'être plus populaire l'ont obligé à reléguer à l'arrière-plan ce rôle et l'ont empêché d'avoir une vision exploratoire expérimentale de la musique en donnant libre cours à des oeuvres qui ne remporteront aucun succès commercial.

Il est essentiel que cette musique soit diffusée. Pourquoi? Tout simplement parce que toute musique commerciale—souvent à cause des nouveautés technologiques dans le domaine musical—se fonde sur ce qui se passe dans le domaine expérimental et non commercial. Un très grand nombre de trames musicales pour films créées par des compositeurs contemporains sont fondées sur des oeuvres de Tchaïkovski, de Mahler ou de Debussy. Les compositeurs s'inspirent d'oeuvres musicales qui, à l'origine, n'étaient pas commerciales. Parallèlement, la musique rock d'aujourd'hui se fonde sur des tentatives exploratoires et technologiques mises au point par des compositeurs et des créateurs n'obéissant pas aux lois du succès commercial.

Il doit donc y avoir une infrastructure étatique de radiotélédiffusion qui aide ces créateurs, et qui leur donne—à eux comme à leurs producteurs—le budget nécessaire pour qu'ils développent leur art et leurs oeuvres musicales et pour que, ultérieurement, ils en fassent l'enregistrement, la diffusion et la promotion. Les compositeurs sérieux d'aujourd'hui sont de plus en plus considérés au Canada comme une minorité, alors qu'ils devraient être traités comme un trésor ou une ressource nationale.

Je sais que certains aimeraient peut-être que ces compositeurs demeurent dans l'ombre. Je tiens cependant à sensibiliser l'industrie de la radiodiffusion, ainsi que le gouvernement, qui est en mesure d'accroître le financement de Radio-Canada, peut-être pas pour assurer de longues heures de diffusion sur les ondes des stations MF ou AM existantes, mais peut-être pour établir un second réseau qui aurait cette vocation, comme je l'ai mentionné tout à l'heure.

Voilà donc en gros la position de la Ligue canadienne des compositeurs, que je me ferai un plaisir de discuter plus à fond si vous le voulez.

[Text]

The Chairman: When you mentioned that the task force report was largely dedicated to industry rather than artistry, I think you made a significant point. However, I draw you back to the words of Samuel Johnson, who managed to have a view on just about every side of every subject, and I think it was he who said "No man but a blockhead ever wrote except for money". So there is a reality we are coping with.

Mr. Pauk: I do not necessarily agree with him.

The Chairman: That is fine. Lots of people do not.

Mr. Pauk: I know lots of people who in fact create—

Ms Alexina Louie (Member, Canadian League of Composers): You might be looking at a couple of blockheads here, but. . .

Mr. Pauk: I am beginning to feel like one.

Ms McDonald: You said that the artist was being squeezed in broadcasting. You talked about cutbacks at the CBC.

Have there been cutbacks in commissions for the kind of music you compose in the last couple of years?

Mr. Pauk: From the CBC?

Ms McDonald: From the CBC.

Mr. Pauk: It has kind of stayed at an even level. Two things are happening. The fact that huge increases in commissioning funds have not come about and the fact that there have been some changes of emphasis in CBC commissioning policy have negated a growth in exploratory music being commissioned and broadcast on the CBC.

Two kinds of commissions are provided by the CBC. One is for composers in the exploratory vein. The other is in light music. But what I am getting at is that there is just not enough.

Ms McDonald: You represent only the more serious experimental, not the lighter pop, composers?

Mr. Pauk: That is correct.

Ms McDonald: So perhaps there is a stable pot which does not take into account inflation, and more people from the light side are getting into the pot which means there is less for you. Perhaps there are more serious composers around, too.

Mr. Pauk: Every day there are more and more.

Ms McDonald: What is the role of private broadcasters? Do you get any of your livelihood from private broadcasting?

Mr. Pauk: We do in that we both write film music, for television scores mostly. So I appreciate the commercial side of the picture, but that side of the picture relies more on craft than artistry.

[Translation]

Le président: Vous avez dit que le rapport du groupe de travail portait davantage sur l'industrie que sur le côté artistique, et je pense que c'est un point important. Cependant, je vous rappellerais les paroles de Samuel Johnson qui avait une idée sur à peu près tous les sujets, et qui a dit que seuls les idiots n'écrivaient pas pour de l'argent. C'est donc une réalité avec laquelle nous devons composer.

M. Pauk: Je ne suis pas nécessairement d'accord avec lui.

Le président: C'est bien; vous n'êtes pas le seul.

M. Pauk: Je connais beaucoup de gens qui créent. . .

Mme Alexina Louie (membre, Ligue canadienne des compositeurs): Vous avez peut-être deux idiots devant vous, mais. . .

M. Pauk: Je commence à me sentir idiot.

Mme McDonald: Vous avez dit que les artistes éprouvent des difficultés dans le secteur de la radiodiffusion. Vous avez parlé de réduction des budgets à Radio-Canada.

Y a-t-il eu ces dernières années diminution des commandes pour le genre de musique que vous composez?

M. Pauk: À Radio-Canada?

Mme McDonald: Oui, à Radio-Canada.

M. Pauk: La situation est demeurée à peu près stable. Il y a deux aspects à la question. D'abord, les budgets de commande n'ont pas été augmentés; et deuxièmement, l'orientation de la politique de Radio-Canada en matière de commande a changé quelque peu, de sorte que le nombre de contrats dans le domaine de la musique exploratoire demeure figé à Radio-Canada.

Radio-Canada commande deux types de musique: la musique exploratoire et la musique légère. Mais ce n'est tout simplement pas suffisant.

Mme McDonald: Vous représentez seulement les compositeurs expérimentaux plus sérieux, pas ceux qui font de la musique populaire?

M. Pauk: Justement.

Mme McDonald: On peut donc dire qu'il y a un budget stable qui ne tient pas compte de l'inflation, et que ce sont les compositeurs de musique légère qui en bénéficient le plus. Il y a sûrement d'autres compositeurs sérieux dans le milieu.

M. Pauk: Il y en a de plus en plus à tous les jours.

Mme McDonald: Quel est le rôle des radiodiffuseurs privés? Tirez-vous une partie de votre gagne-pain du secteur privé?

M. Pauk: Oui, dans la mesure où nous écrivons de la musique de film, surtout pour la télévision. Ce côté commercial est donc important, mais il repose davantage sur le métier que sur l'aspect artistique.

[Texte]

If you are writing music for a Renaissance film, then you can analyse what Renaissance music is and create a Renaissance score—or a rock score or a romantic score. But that kind of situation is not allowing the deeply creative, deeply expressive side to come out—not in every case, but in most cases.

Ms McDonald: When you talked about the second network of the CBC, are you referring to the Télé-Canada, the TV Canada? Are you referring to television or another network in radio?

Mr. Pauk: Another network in radio. But I do not see why it should not happen in television as well, an alternative to purely commercial broadcasting.

• 1010

I think the thing is that the society is not being necessarily led into the appreciation of art. I think the broadcasting system, including the CBC by its own admission, is looking at marketing situations or market situations and being led that way, rather than the other way around. And it leads us to the whole question of whether there should be private broadcasting, which gives the good medicine and leads the way, or just follows. This is the debate that has been going on, I know. It is a difficult question.

But what is the artist? Is the artist supposed to express something of his own psyche that has grown from being in a society, or is he supposed to go for the common denominator and be successful and popular? We take the position that there has to be room for that expression, which is an antenna of something, which will never express something important if it is geared always to the commercial success.

Ms McDonald: Do you get any exposure of your serious compositions in private radio or private television? I mean apart from the kind of work you do to pay the grocery bills.

Mr. Pauk: It is almost nil. And on CBC TV, which used to have more arts programming than it does now. . . I mean, arts programming is really disappearing from CBC TV. So we are left with CBC radio, and a very small area within CBC radio.

Ms McDonald: How many composers are there in the Canadian League of Composers?

Mr. Pauk: Now our membership is around 300, and there are possibly 500 composers across the country that work in this area. Of course, there are thousands and thousands of rock and commercial musicians. So we are a minority, but I think that is the question. The kinds of statements that are made by that minority—are they important to this country or not? Or is it just the commercial statement that is important?

[Traduction]

Quand on écrit une musique pour un film de l'époque de la Renaissance, on peut alors analyser la musique de ce temps-là et en créer une qui correspond à l'époque—ou on peut écrire une musique rock ou romantique. Mais cette situation ne permet pas aux compositeurs de mettre en évidence leur véritable talent créateur. Ce n'est pas toujours le cas, mais la plupart du temps, c'est comme ça.

Mme McDonald: Quand vous avez parlé d'un second réseau de Radio-Canada, vous vouliez dire Télé-Canada, ou d'un autre réseau de radio?

M. Pauk: D'un autre réseau de radio. Mais je ne vois pas pourquoi il n'y aurait pas aussi un second réseau de télévision comme pendant au réseau de radiodiffusion purement commercial.

A mon avis, en effet, on n'encourage pas l'appréciation de l'art dans notre société. Le système de radiodiffusion—et Radio-Canada avoue partager cette tendance—tient compte des marchés; c'est le marché qui mène et non les radiodiffuseurs. Cet état de chose nous amène à nous interroger sur le besoin d'un secteur privé en radiodiffusion: lequel des secteurs donne le bon exemple et ouvre la voie? Lequel ne fait que suivre? Je me rends bien compte que ce dilemme ne date pas d'hier. C'est une question difficile.

Et l'artiste, qu'est-il? Doit-il exprimer du mieux qu'il peut sa personnalité, façonnée par la société, ou encore s'avilir et poursuivre la réussite ou la popularité? Notre position est qu'il faut faire une place à cette expression, cette sensibilité, qui n'arrivera jamais à rien d'important si elle est toujours tributaire de la réussite commerciale.

Mme McDonald: À part les productions qui vous font vivre, vos compositions importantes sont-elles diffusées à la radio ou à la télévision privée?

M. Pauk: Presqu'aucune n'y est diffusée. Par ailleurs, la télévision de Radio-Canada, qui a déjà diffusé davantage d'émissions sur les arts. . . Vous savez, les émissions sur les arts à la télévision de Radio-Canada sont vraiment à la veille de disparaître. Alors notre seul recours est la radio de Radio-Canada, et même là, on nous accorde une attention minime.

Mme McDonald: La ligue canadienne de compositeurs compte combien de membres?

M. Pauk: En ce moment, nous avons environ 300 membres; d'ailleurs, il peut y avoir 500 compositeurs travaillant dans ce domaine au Canada. Bien entendu, il y a des milliers et des milliers de musiciens qui travaillent dans le domaine de la musique rock ou commerciale. Nous sommes donc en minorité, mais voilà justement la question. Est-ce que les messages de cette minorité ont une importance pour notre pays ou non? Où n'est-ce que les messages commerciaux qui ont de l'importance?

[Text]

I am here to represent the fact that there is a body of composers who think they have an important statement, which is not necessarily commercial, that has to be supported.

Ms McDonald: I thank you for coming to the committee and for giving that representation. I agree with you and I think it has to be heard, and I appreciate your saying it so clearly.

M. Blackburn (Jonquière): Je trouve intéressant ce que vous nous présentez ce matin, mais j'ai besoin de renseignements additionnels pour bien comprendre la problématique que vivent les compositeurs.

Vous dites que vous avez un rôle de moindre importance dans l'industrie de la radiodiffusion et dans l'industrie culturelle. Dans votre association, il y a peut-être 500 compositeurs, et leur rôle va en s'amenuisant. En quoi votre situation était-elle meilleure il y a quelques années? Quels correctifs doit-on apporter pour faire en sorte que les compositeurs soient davantage reconnus et mieux traités?

Mr. Pauk: I think there was a period when the CBC was created in which composers had more exposure, because the CBC was there with the stated purpose of helping to develop the culture in Canada, and serious music composers were a major part of that development.

I think whatever forces from the side of the government that caused the CBC to begin reviewing its audience, its marketing strategies, its recording policies, etc., have caused the CBC to go in a different direction in relation to the other competition from commercial broadcasting in the country. There should be one non-commercial, government-supported area of broadcasting that allows for the development of those composers. If that means finding ways for the composers to relate better to producers, fine. If it means providing recordings of those composers' music, fine. If it means promoting those composers' music, fine.

• 1015

I think those composers must be kept in the public eye. The public must be kept informed that they exist, of what they do, why they do it, and why it is important to the country.

M. Blackburn (Jonquière): Est-ce qu'on devrait aller jusqu'à obliger Radio-Canada à diffuser vos compositions pendant un nombre d'heures minimum?

Mr. Pauk: I think there should be some kind of quota system on CBC. If that does not work, maybe we should try a network for broadcast of this kind of music as well as drama and the arts. I do not think that content regulations should include performers. I think content quotas should relate only to the creations, not to the fact that Beethoven is played by Canadian artists.

[Translation]

Si je suis ici, c'est pour vous indiquer qu'il existe une ligue de compositeurs qui ont un message important—et non pas nécessairement commercial—qu'il faut écouter.

Mme McDonald: Merci d'avoir comparu devant le Comité et d'avoir donné votre présentation. Je suis d'accord avec vous qu'il faut écouter ce message, et je vous remercie d'avoir formulé le message aussi clairement.

Mr. Blackburn (Jonquière): I find your presentation this morning interesting, but I need additional information if I am to understand composers' problems correctly.

You say that you are less important in the broadcasting and cultural industries. Your association includes perhaps 500 composers, whose role is diminishing. How was your situation better a few years ago? What corrective action should we take to ensure that composers are better recognized and better treated?

M. Pauk: À mon avis, lors de la création de Radio-Canada, les oeuvres des compositeurs étaient davantage diffusées. Le but explicite de Radio-Canada était de participer à l'évolution de la culture au Canada, évolution à laquelle les compositeurs de musique sérieuse ont grandement contribué.

D'après moi, les pressions de la part du gouvernement qui ont amené Radio-Canada à revoir son auditoire, sa mise en marché et sa politique d'enregistrement entre autres lui ont donné une orientation différente de celle de ses concurrents commerciaux au Canada. Il devrait y avoir un réseau de radiodiffusion non commercial financé par le gouvernement afin de permettre l'épanouissement de ces compositeurs. Que cela se traduise par de meilleurs rapports entre les compositeurs et les producteurs, très bien. Que cela se traduise par des possibilités d'enregistrement de la musique de ces compositeurs, très bien encore. Si cela veut dire faire la promotion de la musique de ces compositeurs, eh bien soit.

Il faut faire connaître ces compositeurs du public. Le public doit être sensibilisé à leur existence, à leur art, à leur raison d'être et à leur importance pour le pays.

Mr. Blackburn (Jonquière): Should we go as far as demanding that CBC broadcast your compositions for a minimum number of hours?

M. Pauk: Je pense qu'il devrait y avoir une espèce de système de quotas à Radio-Canada. Et si cela ne fonctionnait pas, il faudrait peut-être mettre sur pied un réseau qui diffuserait ce genre de musique, ainsi que les productions dramatiques et artistiques. Le règlement concernant le contenu ne devrait pas, à mon avis, s'appliquer aux gens de la scène. Il devrait s'appliquer

[Texte]

Ms Louie: We are part of creating a Canadian culture, which is a very complex thing. Many questions have been asked about just what Canadian culture is. I feel we are here under the same socio-economic influences as everyone else in the country. We reflect that with vision, courage, and individuality. If we do not have our music available on the airwaves, our public cannot get to know what we are doing and how we are reflecting this vision of what this country is.

If we do not have our music on records, we cannot have it aired. There is a CBC policy that picks up concerts of our music performed by organizations such as the Toronto Symphony and the Montreal Symphony. There are financial limitations on this. Union regulations specify a buy-out opportunity to perform or to air that broadcast twice. If our public does not happen to be in the concert hall to hear that piece, how will they know we exist? The CBC, under its financial restrictions, has this ability to air the piece twice and only twice. How can our public get to know us if they cannot hear us and how can they get to love what we have to offer if they have no exposure to what we do?

• 1020

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie.

Mr. Pennock: Welcome, Alexina. It is good to see you again.

I have a lot of empathy for what you presented to us today, but it is still a real world and the real world is motivated by commercialism. I guess my question to you, if you have something—I am talking in the area of experimental music primarily—to sell, are you not better to gain popularity by composing things that appeal to the mass and get your name recognition before you try to move into the experimental field? In other words, would the experimental not be more saleable to the CBC and to the networks if you were a popular composer first?

Mr. Pauk: I think the amount of energy and drive and thought that goes into creating fine works prevents one from putting that amount of energy into the kind of music you are describing. There is also a conflict when it comes to what you are known for. You get to be known for that kind of lighter music or more popular music, and then the music for which you want to be recognized, through which you are making a greater statement, fades into the background or does not receive even your own greatest attention. I think it waters it down. I think it diminishes it in some way.

The other point is that the great music the audiences love when they go to the symphony was not written with that kind of. . . Obviously, the composers did not want to

[Traduction]

uniquement aux créations, non pas au fait qu'une oeuvre de Beethoven est jouée par des artistes canadiens.

Mme Louie: Nous faisons partie de ceux qui contribuent à la création de la culture canadienne, phénomène très complexe s'il en est un, dont la définition soulève de nombreuses questions. Je pense que nous subissons les mêmes influences socio-économiques que tous les autres au Canada. Cela se reflète dans notre vision, notre courage et notre individualité. Si notre musique n'est pas diffusée sur les ondes, le public ne peut savoir ce que nous faisons ou comment cette vision de notre pays se traduit dans nos oeuvres.

Si notre musique n'est pas endiquée, elle ne peut être diffusée sur les ondes. Radio-Canada a une politique permettant l'enregistrement d'un concert joué par des organisations comme l'orchestre symphonique de Montréal ou la Toronto Symphony. Mais il y a des limites financières. Selon le règlement du syndicat, ces concerts peuvent être joués ou diffusés deux fois. Si notre public n'est pas dans la salle de concert pour entendre nos pièces, comment pourra-t-il savoir que nous existons? En application de sa politique financière, Radio-Canada peut diffuser une pièce deux fois, pas plus. Comment le public peut-il apprendre à nous connaître s'il ne nous entend pas, et comment peut-il aimer ce que nous faisons s'il n'est pas exposé à notre musique?

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you.

M. Pennock: Bienvenue Alexina. C'est bon de vous revoir.

J'apprécie beaucoup ce que vous nous avez dit aujourd'hui, mais il y a la réalité, et cette réalité, c'est le monde commercial. Voici ma question: si vous avez quelque chose à vendre—et j'entends par là dans le domaine de la musique expérimentale surtout—ne vaudrait-il pas mieux bâtir votre popularité en composant des choses qui plaisent à la masse et faire votre nom avec de la musique plus populaire avant de vous lancer dans le domaine expérimental? Autrement dit, vos oeuvres expérimentales ne seraient-elles pas plus faciles à vendre à Radio-Canada et aux autres réseaux si vous étiez d'abord un compositeur populaire?

M. Pauk: Je pense que l'effort et l'énergie qu'exige la création de grandes oeuvres nous empêchent de faire le genre de musique que vous décrivez. La réputation d'un compositeur peut être contraignante. Un compositeur peut se faire connaître pour sa musique plus légère ou plus populaire, et ensuite, il peut lui être difficile de se faire un nom dans la musique qui l'intéresse vraiment.

La grande musique que les auditoires aiment beaucoup entendre quand ils vont à un concert n'a pas été écrite dans l'optique. . . Il est évident que les compositeurs

[Text]

be blockheads. They wanted to make money from their compositions in those days and days of old, but they did not always. Yet they kept going and created fine works, which we all love now, several hundred years or 100 or 50 years later. What I am saying is that I am hoping at some point the audiences and broadcasters, or audiences with broadcasters' help, will catch up and finally recognize that this has been going on all these years and support the creators while they are alive.

We have a really interesting example in Quebec. A composer, Claude Vivier, while he was alive a few years ago was just like all the rest of us, not doing badly but not doing tremendously well. He was murdered in Paris and now there are societies to promote his music. Every piece of his gets recorded. He is a legend in Quebec. We saw this happen to a colleague of ours just three years ago, and within that three years... Why could it not have happened while he was alive? That is a really interesting question. He is a legend now and, as I say, he is getting more promotion, production, recognition, acknowledgement... He is a hero. He is an important cultural figure. He was not five years ago.

Ms Louie: He was 35 when he was murdered. Actually another interesting thing has happened for Claude. There is a performing society in Montreal that is about to launch into even more of a legend-making situation for him. He has written an opera, which I would say is about 80 minutes long. They are about to perform this opera every year—every year—for him in Montreal. And that is part of what I was saying earlier. People cannot get to know and to love what we do if they are not exposed to it.

• 1025

Mr. Pennock: I think the point has been well made, and I agree with you.

Let us get to the exposure and back to the CBC for a minute. Do you actually know, for your recordings—and I will exclude the recordings made in the symphony halls—what kind of exposure is being given to your actual hard-cut recordings by the CBC?

Mr. Pauk: First of all, there are not a lot of recordings. The CBC has a policy of broadcasting Canadian music, which is very good within the kind of restrictions placed on it because of the market situation. Although I cannot speak very clearly on what the policy is, there is a policy on the CBC's part to try to find successful recordings by "serious composers" in the country, which may become popular for one reason or another but which may not necessarily reflect the diversity of contemporary music that exists in the country.

The CBC does have one program on Sunday nights devoted to music that explores any part of the new music spectrum, and during regular daytime broadcasting a variety of compositional styles will be reflected. But as I say, it is very unclear to me exactly what the policy is. I

[Translation]

n'étaient pas des idiots. Ils écrivaient pour faire de l'argent, mais ils n'en faisaient pas toujours. Mais ils ont continué à travailler et à créer de grandes oeuvres que nous aimons tous entendre aujourd'hui, plusieurs centaines d'années, ou 100 ou 50 ans après. J'espère qu'à un moment donné, les auditoires et les radiodiffuseurs, ou les auditoires avec l'aide des radiodiffuseurs, finiront par comprendre qu'il faut appuyer les créateurs de leur vivant.

Nous avons un exemple vraiment intéressant au Québec. Il y a quelques années, un compositeur du nom de Claude Vivier faisait un peu comme nous aujourd'hui: il se débrouillait pas mal, mais non pas extraordinairement. Il a été tué à Paris, et aujourd'hui, il y a des sociétés qui font la promotion de sa musique. Toutes ses pièces sont maintenant enregistrées. Il est une légende au Québec. Cela est arrivé à un de nos collègues il y a à peine trois ans, et au cours de cette période... Pourquoi ne l'a-t-on pas reconnu de son vivant? C'est une question très intéressante. Ce compositeur est maintenant une légende, et ce n'est qu'aujourd'hui que l'on reconnaît son oeuvre, que l'on en fait la promotion. Il est un héros. Il est une personnalité culturelle importante. Il ne l'était pas il y a cinq ans.

Mme Louie: Il avait 35 ans quand il a été tué. Et il se produit quelque chose d'encore plus intéressant pour M. Vivier. Une société de musiciens de Montréal est en train d'en faire encore une plus grande légende. Il a écrit un opéra d'environ 80 minutes. La société jouera son opéra chaque année—je dis bien chaque année, à Montréal. Et cela revient à ce que je disais tout à l'heure. Les gens ne peuvent pas connaître ni aimer ce que nous faisons s'ils ne nous entendent pas.

M. Pennock: Je comprends très bien ce que vous dites, et je suis d'accord avec vous.

Revenons un peu à Radio-Canada et à la question de la diffusion. Savez-vous dans quelle mesure—et je ne parle pas des enregistrements faits dans les salles de concert—vos oeuvres sont diffusées par Radio-Canada?

M. Pauk: D'abord, il n'y a pas beaucoup d'enregistrements. Radio-Canada a une politique permettant la radiodiffusion de musique canadienne. Cette politique est très bonne, compte tenu des restrictions du marché. Bien que je ne sache pas très précisément en quoi consiste sa politique, Radio-Canada essaie de trouver des enregistrements de compositeurs canadiens sérieux qui pourraient devenir populaires, mais qui ne reflètent pas nécessairement la diversité de la musique contemporaine qui existe au pays.

Radio-Canada présente les dimanches soirs une émission de musique exploratoire et diffuse, dans sa programmation de jour, une musique de styles de composition variés. Mais encore une fois, je ne sais pas exactement en quoi consiste sa politique. Je pense qu'il

[Texte]

think it would be important to hear what that artistic decision-making policy is on the CBC's part. As I say, there is one program at least that is devoted to exploratory music.

I should add that composers these days are not considering themselves to be necessarily experimental. They are trying to reach their audiences by using a wide variety of techniques, styles, incorporating them into their music so they do reach an audience. But again, their writing is not in the style of Mozart, necessarily, or in the style of rock and roll or jazz or other pop forms.

Ms Louie: You understand that when you speak about "experimental music", it may not be the same as what our vision is. We are not busily thrashing around and making a lot of noise. Our art is based on a craft that has developed in a very logical and full way from a rooted tradition.

For instance, Mr. Pennock, would you consider the piece of mine that was taken on tour by the Toronto Symphony an experimental piece?

Mr. Pennock: Contemporary, but not—

Ms Louie: Yes. I prefer to call contemporary music the art music of our time.

Mr. Pennock: One final question. Obviously you need to get more of your music on recordings so it is there to be playable.

Ms Louie: That is right.

Mr. Pennock: Is Canada Council playing a part in helping to strengthen the production of recordings in your field?

Mr. Pauk: It is rather limited. It is minimal, I would say. They are trying to do that, but the kind of effort needed is so much greater, the volume of recordings needed to get composers known across the country, not only through broadcasting but by appearance in record shops or by mail order or whatever, is so much greater, than what the Canada Council can currently do that there is rather a minimal impact from that program.

• 1030

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): Thank you, Mr. Pennock.

Ms Louie, it is good to have you here. I hope you do not feel that because only two of us are here we will not feel you are important. One of the problems with this job is that Members of Parliament have a lot of things to do and phone calls to answer and often are called out. We have been here for a couple of days now, which means that their offices are really starting to put the pressure on us to start answering some of the phone calls.

I do have a couple of questions for you, but first a comment. Mr. Pauk, you kept saying that the government

[Traduction]

serait important que Radio-Canada explique sa politique. Mais il y a au moins une émission qui est consacrée à la musique exploratoire.

Je dois ajouter que les compositeurs aujourd'hui ne considèrent pas leur musique comme étant nécessairement expérimentale. Ils essaient de rejoindre leurs auditoires en faisant appel à une grande variété de techniques, de styles qu'ils incorporent à leur musique. Mais, encore une fois, la musique qu'ils écrivent n'est pas nécessairement dans le style de Mozart, ou dans le style rock and roll, jazz ou autres formes de musique populaire.

Mme Louie: Vous devez comprendre que votre notion de musique expérimentale ne correspond pas nécessairement à la nôtre. Nous ne nous amusons pas à faire du bruit. Notre art est une forme qui s'est développée de manière très logique, mais loin de la tradition.

Par exemple, monsieur Pennock, diriez-vous que la pièce que j'ai composée et qui a été jouée en tournée par l'orchestre symphonique de Toronto est une pièce expérimentale?

M. Pennock: Contemporaine, mais pas. . .

Mme Louie: Justement. Je préfère appeler musique contemporaine l'art de la musique de notre temps.

M. Pennock: Une dernière question. Vous avez évidemment besoin que davantage de votre musique soit enregistrée pour qu'elle puisse être jouée.

Mme Louie: C'est vrai.

M. Pennock: Le Conseil des arts du Canada contribue-t-il à la production d'enregistrements de musique de votre genre?

M. Pauk: Sa contribution est plutôt limitée. Je dirais même minime. Il fait quelques efforts, mais c'est loin d'être suffisant. L'impact du programme du Conseil des arts est plutôt négligeable, et il faudrait beaucoup plus d'enregistrements diffusés non seulement sur les ondes, mais aussi chez les disquaires ou par les maisons de disques, pour faire connaître les compositeurs dans tout le pays.

Le président suppléant (M. Caldwell): Merci, monsieur Pennock.

Madame Louie, nous sommes heureux de vous avoir ici. Il est à espérer que vous ne croyez pas que, parce que nous ne sommes que deux à siéger au Comité, nous pensons que votre organisation n'est pas importante. Les députés ont beaucoup de choses à faire, ils doivent répondre aux appels et ils manquent souvent de temps. Nous sommes rentrés depuis deux jours et nous sommes donc assaillis d'appels téléphoniques.

Je voudrais vous poser deux ou trois questions, mais auparavant, faire un commentaire. Monsieur Pauk, vous

[Text]

should maybe tell the CBC to allocate so much money toward serious composition or serious music. The government cannot tell the CBC to do anything. Sometimes we would like to tell the CBC what they should be doing—

Mr. Pennock: Believe it!

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): —but because of the arm's-length agreement. . . That is not to say that the funding. . . For example, we could give them another \$100 million a year but they would not have to use 1¢ of that toward serious music.

Mr. Pauk: I understand what you are saying, but what I am trying to do is support the CBC by saying it should be given funding which would allow this situation to take place, because I think that within CBC there is certainly the will and the interest and desire to help composers but there is a pressure which does not allow them to use the funds they have now to do this, to fulfil this role. I think that is the one area in the broadcasting world where it could take place and we know the people are there who have the interest to do it.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): But I just wanted to make the point that even though there may be the will there, would they do it even if you gave them the money? And to be fair about it, having had some experience with the CBC 15 years ago, I am not sure the situation was a whole lot different then either. You know, if you want to talk about the good old days when maybe they did have a little more money, I am not too sure they were too serious about it then either. I was working in a location where the AF of M was a great problem to deal with it. . . how are we going to use this money to. . .? You know, it would be easier to give it to them, rather than us having to do a broadcasting rights and all these kinds of things.

Mr. Pauk: But if we knew they had the money to do something aside from just what they are doing now, the League of Composers could then really begin to exert a lot of pressure besides yelling and screaming.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): I am not trying to be argumentative but, you know, you were telling this committee that. It would be very nice for us to make a recommendation in our report to that effect, and the Minister could make a recommendation, but the point of fact is that the Minister cannot tell the CBC to in put more serious music—

Mr. Pauk: But in this report you do have recommendations about the CBC.

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): —and we have no guarantee that if we gave them the money that is what they would do with it, because of the arm's length agreement. I think all of us agree we would like to see that being done, but this idea of the CBC becoming more popular did not start in the 1980s, it started back in the 1960s. So that is where I think it originates from. Certainly, we do appreciate your concern about that.

[Translation]

avez répété que le gouvernement devrait demander à la Société Radio-Canada d'affecter certains fonds pour la composition et la musique sérieuses. En fait, le gouvernement ne peut donner aucun ordre à la Société Radio-Canada, même s'il le désire. . .

M. Pennock: C'est exact!

Le président suppléant (M. Caldwell): . . . étant donné les rapports d'indépendance. . . Cela ne signifie pas que le financement. . . Ainsi, nous pourrions très bien allouer 100 millions de dollars supplémentaires par année à la Société Radio-Canada sans que celle-ci soit obligée d'utiliser un centime pour la musique sérieuse.

M. Pauk: Je comprends ce que vous dites. J'essaie simplement d'appuyer la Société Radio-Canada en disant qu'elle devrait recevoir suffisamment de fonds pour lui permettre de travailler en ce sens; en effet, je crois que cette société veut et désire aider les compositeurs, mais en est empêchée parce qu'elle ne peut utiliser les fonds dont elle dispose à l'heure actuelle pour jouer un tel rôle. Or, c'est précisément au sein de cette société que de telles possibilités existent et où l'on s'intéresse à ce genre de chose.

Le président suppléant (M. Caldwell): Je voulais simplement dire que même si la volonté existe, on peut se demander si cela se passerait vraiment au cas où les fonds seraient suffisants. Et pour parler franchement, ayant connu la Société Radio-Canada il y a quinze ans, je ne suis pas sûr que la situation était tellement différente à cette époque. Si l'on veut parler du bon vieux temps où l'argent était plus abondant, je ne suis pas sûr que l'on pensait à ce genre de chose avec sérieux alors. À l'époque, le problème était celui de l'utilisation des fonds pour les réseaux MA et MF. La situation était complexe, je m'en souviens. En fait, il serait plus facile de donner les fonds voulus à la société plutôt que de devoir mettre au point toute cette législation sur les droits de radiodiffusion.

M. Pauk: Mais si nous savions que la Société Radio-Canada disposait de cet argent supplémentaire, la Ligue des compositeurs pourrait alors commencer à exercer des pressions valables au lieu de s'énervier dans le vide.

Le président suppléant (M. Caldwell): Je ne voudrais pas discuter pour discuter, et il serait bien de pouvoir présenter des recommandations à cet effet dans notre rapport, et le ministre pourrait également présenter une recommandation, mais le fait est que le ministre ne peut dire à la société de présenter davantage de musique sérieuse. . .

M. Pauk: Mais dans ce rapport, on retrouve des recommandations concernant la Société Radio-Canada.

Le président suppléant (M. Caldwell): . . . et rien ne garantit que si nous donnions l'argent en question, ils l'utiliseraient d'une façon ou d'une autre. En effet, nous ne pouvons dicter à la société sa politique, à cause précisément de cette indépendance dont jouit la société. Nous sommes tous d'accord pour dire que nous aimerions que les choses se passent comme vous le proposez, mais ce n'est pas au cours des années 80, mais bien au cours des

[Texte]

Mr. Pauk: In saying that, though, what does this document mean when you talk about the CBC? These are only recommendations, is that right?

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): That is right.

Mr. Pauk: So can you put some more recommendations in?

The Acting Chairman (Mr. Caldwell): I would suggest to you, sir, that one of your outlets can be... not that you should not talk to us and talk to the Minister of Communications, but I would go after the board of directors of the CBC. There is one from Toronto here, I assume, that you should be putting the pressure on. You could say, I want you to talk to Mr. Juneau and tell him we are not happy with the content we are getting on CBC.

Mr. Pauk: Right.

The Chairman: Do a little more lobbying in a few more directions.

Just to wrap this up, our always resourceful director of research has drawn to my attention the fact that on page 410 of the Caplan-Sauvageau report there is a pretty strong statement made. I will just read it for the record and also for your information. It comes in the context of Canadian content in the music industry. It says:

As the support programs established by the industry itself are expanded, public support should be concentrated increasingly on the many minority musics which will benefit little, if at all from industry-financed assistance. Such support seems an essential counterpart to the quite substantial levels of support for composition and live performance which are provided by the Canada Council and provincial arts funding agencies. Substantial funds will be required to support the production of such recordings, perhaps as much as \$5 million annually, if classical music and other minority musics are to be recorded in reasonable variety and made available for use by radio broadcasters in Canada.

Does that sound like part of what you are looking for?

• 1035

Mr. Pauk: That is part of it. Again, though, it is very difficult for us to let ourselves be called minority, when we think that even though the numbers are small the significance is large.

Does it mean we have also to go out into the Atlantic and arrive by boat?

The Chairman: You have made your point, and you have made it very eloquently, Mr. Pauk.

[Traduction]

années 60, que la Société Radio-Canada a commencé à présenter des programmes de musique populaire. Nous comprenons cependant très bien votre préoccupation.

M. Pauk: En attendant, que signifie ce document en ce qui concerne la Société Radio-Canada? S'agit-il simplement de recommandations, et de rien de plus?

Le président suppléant (M. Caldwell): Précisément.

M. Pauk: Et vous pourrez encore en ajouter d'autres?

Le président suppléant (M. Caldwell): Je vous propose de contacter... Cela ne signifie pas que vous ne devriez pas vous entretenir avec nous ni avec le ministre des Communications, mais je pense qu'il faudrait avant tout que vous vous mettiez en contact avec les membres du conseil d'administration de la société Radio-Canada. Il y en a un de Toronto, ici, je suppose, auprès duquel vous pourriez exercer des pressions. Vous pourriez lui demander de parler à M. Juneau pour lui dire que vous n'êtes pas heureux de voir le contenu des émissions de la Société Radio-Canada.

M. Pauk: Bien.

Le président: Il faudrait faire un peu plus de lobbying dans d'autres directions.

Pour terminer, je signale que notre directeur de recherche, toujours plein de bonnes idées, attire mon attention sur une déclaration assez vive qui figure dans le rapport Sauvageau-Caplan, à la page 443. Je vais lire cet extrait aux fins du compte rendu, et également pour votre information. Cet extrait entre sous la rubrique «Le contenu canadien et l'industrie de la musique».

Face à l'extension des programmes de soutien créés par l'industrie elle-même, le gouvernement devrait pouvoir consacrer davantage son aide à la programmation musicale marginale qui ne profitera que peu ou pas du tout de l'appui financier accordé par l'industrie. Le soutien gouvernemental nous semble essentiel pour appuyer l'aide assez importante accordée par le Conseil des arts du Canada et par les organisations provinciales à la composition et au spectacle. Il faudra avoir des sommes considérables, de l'ordre peut-être de 5 millions de dollars par année, pour financer une production de disques de musique classique et d'autres types de musique marginale qui soit suffisamment variée et disponible pour les radiodiffuseurs canadiens.

Est-ce que c'est en partie ce que vous recherchez?

M. Pauk: En partie, oui. Cependant, il est difficile pour nous de nous entendre appeler minoritaires, car nous estimons que l'importance de notre musique est très grande, même si nous ne sommes pas nombreux.

Est-ce que cela signifie que nous sommes dans la même catégorie que les transfuges de la mer?

Le président: Vous avez présenté votre argument avec beaucoup d'éloquence, monsieur Pauk.

[Text]

Thank you very much, both of you, for your appearance here today.

Now we move to the Canadian Music Centre and its Executive Director, Simone Auger.

Madam Auger, you are most welcome. We understand that you are rather new to your responsibilities. It is a matter of—what?—two or three weeks that you have been into them now?

Ms Simone Auger (Executive Director, Canadian Music Centre): No, it is a year and a half. Still new in some respects.

The Chairman: Well, you are still new, but we welcome you and we invite you to give us your introductory remarks and be prepared for our questions.

Ms Auger: Thank you very much.

According to what Alex Pauk said about Vivier, it would appear that the only good composer is a dead composer. Actually, if our composers had to earn their livings only from writing music then they would all be dead, because I think that according to the 1985 statistics they earn about \$400 a year from writing music. That means they would all be starving to death.

This being said, I want to thank you for inviting me to come here. I guess you are already aware of what the Canadian Music Centre is about. But I can tell you very briefly.

We are a non-profit, non-governmental body created in 1959 to collect, disseminate, and promote Canadian serious music, the kind of music Alex Pauk and Alexina Louie were talking about. We have four libraries across the country: in Vancouver, in Calgary, in Toronto, where we have our national headquarters, and also in Montreal. We have the largest archival collection of materials related to serious music and to composers outside of what exists in Ottawa at the National Library.

We have 10,000 scores of concert music in each of our libraries. We have about 3,000 tapes. We also created our own record company, called Centrediscs, in 1981. We have now 26 titles and they have all been released to critical acclaim and have been rather successful. We have had a number of Juno nominations, the latest being for the record we produced in 1987.

Le président: Madame, ce Comité étant un Comité du Parlement du Canada, vous pouvez parler dans la langue de votre choix.

Ms Auger: Yes, but I am also the National Director. I happen to have written what I have written in English. Thank you very much. I will speak in French when

[Translation]

Je vous remercie tous les deux d'avoir comparu devant le Comité aujourd'hui.

Nous passons maintenant au Centre de musique canadienne, représenté par la directrice exécutive, M^{me} Simone Auger.

Madame Auger, nous vous souhaitons la bienvenue. Vous n'assumez pas vos responsabilités depuis très longtemps, si nous comprenons bien. Êtes-vous directrice exécutive depuis deux ou trois semaines?

Mme Simone Auger (directrice exécutive, Centre de musique canadienne): Non, il s'agit d'un an et demi. Mais je suis quand même nouvelle à plusieurs égards.

Le président: Très bien. Nous vous souhaitons la bienvenue et nous vous invitons à nous présenter vos remarques préliminaires, après quoi nous vous poserons des questions.

Mme Auger: Merci.

D'après ce qu'Alex Pauk a dit au sujet de Vivier, un bon compositeur est un compositeur mort. En fait, si nos compositeurs devaient gagner leur vie en écrivant de la musique, ils ne feraient pas long feu; il suffit de prendre connaissance des statistiques pour 1985, qui montrent bien que ces musiciens ne gagnent que 400\$ par année à écrire de la musique. En fait, s'ils devaient tirer leur subsistance de ce travail, ils mourraient vite de faim.

Cela étant dit, je vous remercie de m'avoir invitée à venir ici. Vous savez sans doute ce que représente le Centre de musique canadienne. Cependant, je pourrais vous en parler très brièvement.

Notre centre est un organisme non gouvernemental sans but lucratif créé en 1959 afin de rassembler, disséminer et promouvoir la musique sérieuse canadienne, le genre de musique dont Alex Pauk et Alexina Louie parlaient. Nous avons quatre bibliothèques dans les différentes régions du pays, une à Vancouver, une autre à Calgary, une troisième à Toronto, où se trouve notre administration centrale, et également une quatrième à Montréal. Nous avons les plus grandes archives se rapportant à la musique sérieuse et aux compositeurs de musique sérieuse après la Bibliothèque nationale d'Ottawa.

Nous avons dans chacune de nos bibliothèques 10,000 partitions de musique de concert. Nous avons 3,000 enregistrements; nous avons également créé notre propre société de disques en 1981, Centrediscs. Nous avons réalisé dans cette compagnie 26 morceaux de musique qui ont été appréciés par les critiques et ont eu un succès certain. Notre nom a été plusieurs fois proposé pour les prix Junos, le plus récemment pour un disque que nous avons réalisé en 1987.

The Chairman: Madam Auger, this committee is a committee of the Parliament of Canada and you can speak in the language of your choice.

Mme Auger: Certainement, mais je vous signale que je suis également directrice nationale. Il se fait que j'ai écrit mon texte en anglais. Je vous remercie. Je parlerai donc

[Texte]

someone addresses me in French. But since I have thought this matter out in English... although I will speak with my strong accent, which will never disappear if it has not disappeared up to now and which will stay strong forever. I may even offend your ears by making a few grammatical errors, but I guess that you will understand everything I say.

The Chairman: You will give no offence whatever, because all of us speak with an accent of one kind or another.

Ms Auger: Although we are not a governmental body, we are funded largely by the government: by the Canada Council, by arts councils of the various provinces, by municipal bodies as well, and also by the two performing rights organizations of Canada. We also get some of our funding from other private foundations and corporations.

• 1040

I want to say first that we thought that the task force report is very impressive, it is well researched, and it is beautifully written. We had made a presentation to the task force in 1985. It would appear that a number of the recommendations made then were taken into account when the task force wrote its report.

I gave a paper when I arrived that addressed the recommendations we feel we have some expertise on. We opposed some of them and we gave our full support to others.

I would like here to just remind you that at any time—and I think this was mentioned in our 1985 report and it is still true today—we have more than 3,000 scores in circulation. A number of these are scores that are taken out of our library for research purposes. However, it would appear that about 2,000 performances every season of our music take place in the country and abroad. This is certainly not reflected on the airwaves of this country as far as percentage goes.

We believe that the act should make it the broadcaster's responsibility to play Canadian concert music—I will sound as though I am parroting Alex Pauk, but I defend the same cause—and create the demand that will lead to a healthier classical recording industry.

I would like to point out here what happened for popular music following the 1970 CRTC regulation. They required that 30% of the music on AM be Canadian. This has created an incentive for the recording industry. The same thing could happen for classical music if this 30% were imposed on the FM airwaves.

[Traduction]

en français quand on me parlera en français, mais étant donné que j'ai rédigé mon texte en anglais... je parlerai sans doute avec un fort accent dont je ne me débarrasserai sans doute jamais, étant donné que je n'ai pu le faire jusqu'à présent. Je choquerai peut-être vos oreilles en faisant quelques fautes de grammaire, mais je suppose que vous comprendrez tout ce que j'aurai à dire.

Le président: Cela ne nous choquera pas, nous parlons tous avec un accent, de toute façon.

Mme Auger: Notre organisme n'est pas un organisme gouvernemental, mais nous sommes financés en grande partie par le gouvernement: par le Conseil des arts du Canada, par les conseils des arts des différentes provinces, par des organismes municipaux également, ainsi que par les deux organisations canadiennes des droits d'interprétation. Nous obtenons également une partie de notre financement d'autres fondations et sociétés privées.

Tout d'abord, nous voulons préciser qu'à notre avis, le rapport du groupe de travail est très impressionnant, la recherche a été bien faite et il est bien rédigé. Nous avons présenté un exposé au groupe en 1985. Il semblerait qu'un certain nombre des recommandations qui avaient été faites alors ont été prises en considération lors de la rédaction du rapport.

Lorsque je suis arrivée, je vous ai transmis un document portant sur les recommandations au sujet desquelles nous estimons avoir la compétence voulue pour nous prononcer. Nous nous sommes opposés à certaines de celles-ci et nous avons donné notre appui total à d'autres.

Je vous rappelle qu'en tout temps nous avons plus de 3,000 partitions en circulation. Je crois que cela a été mentionné dans notre rapport de 1985, et c'est encore valable à l'heure actuelle. Certaines de ces partitions sont empruntées dans nos bibliothèques à des fins de recherche. Il semble cependant qu'environ 2,000 interprétations de notre musique chaque saison se produisent au Canada et à l'étranger. Ce nombre ne se reflète certainement pas dans ce que nous pouvons entendre sur les ondes au Canada.

À notre avis, la loi devrait imposer aux radiodiffuseurs la responsabilité de jouer de la musique de concert canadienne et de susciter la demande nécessaire pour promouvoir une industrie de l'enregistrement classique plus saine; vous penserez peut-être que je ne fais que répéter ce que vient de dire Alex Pauk, mais je vous signale que je défends la même cause que lui.

Je vous signale ce qui s'est produit dans le cas de la musique populaire après l'adoption de la réglementation de 1970 du CRTC: d'après celle-ci, 30 p. 100 de la musique sur les ondes MA devait être canadienne. Cette exigence a stimulé l'industrie de l'enregistrement. La même chose pourrait se produire pour la musique classique si 30 p. 100 de la musique classique canadienne

[Text]

I would like to make three points here. The first one is that the CBC radio be given the financial means to carry on its mandate and to broadcast more of Canada's concert music. In the Caplan-Sauvageau report, there is a recommendation that the CBC not have any more cuts. Our point is that some of the funds that were taken away from them should be reinstated.

It is extremely difficult for them to carry out their mandate. They do what they can do and they are very imaginative since they do not have all the funds that they should have in doing what they have to do. Our point is that more funds should be put back into CBC Radio and CBC Television.

It is a fact that when cuts take place, the first place where the broadcaster has to look is the talent budget because it costs an awful lot of money to pay a performer. What suffers is the performing arts and music is one of the performing arts.

We have noticed that over the years, because of the successive very severe budget cut, the CBC has had to reduce its commissioning programs. The CBC had to limit the number of remote pickups of live broadcasts. A number of these broadcasts contained serious music.

The CBC had to cut down its house orchestras to two part-time formations. There is only one now left in Vancouver and one in Quebec City. The CBC had to substantially diminish the number of its Canadian recordings.

We know that they want to do more. For example, I know that the CBC English Section—that is, the one that is based in Toronto—spent a large of time in our library here in Toronto this summer researching all the orchestral material that we have because they would like to do recordings, not necessarily for sales but to have good, high-quality recordings that would allow for repeat broadcasts, which is important for the livelihood of composers. They derive royalties from this. It is also important for the public.

You know complaints that this music is not exactly popular. I think one of you asked why we do not write popular music and then the public would come to like less popular music. How do we know that serious music could ever be popular? It is a truism among disc jockies that a song has to have thousands of hours of air play before it makes an impact on the public. With a serious composition, it is played once and we are very lucky when it is played twice.

[Translation]

devrait être obligatoirement mise en ondes sur le réseau MF.

J'aimerais maintenant vous présenter trois arguments: tout d'abord, la radio de Radio-Canada devrait disposer des moyens financiers voulus pour s'acquitter de son mandat et radiodiffuser de façon plus importante la musique de concert canadienne. Le rapport Sauvageau-Caplan recommande que la Société Radio-Canada ne fasse plus l'objet de coupures. Quant à nous, nous estimons que l'on devrait au contraire prévoir à nouveau les fonds qui ont été coupés.

Il est très difficile pour cette société de s'acquitter de son mandat. Elle fait ce qu'elle peut, et avec beaucoup d'imagination. Nous estimons que des fonds supplémentaires devraient être mis à la disposition de la radio et de la télévision de Radio-Canada.

Quand on sabre, on sabre généralement en premier lieu dans le talent. Ce sont les interprètes, les arts d'interprétation, entre autres la musique, qui en souffrent.

Au cours des années, nous avons remarqué qu'à la suite des différentes vagues de coupures budgétaires, la Société Radio-Canada a dû réduire ses commandes spéciales, limiter le nombre de retransmissions en direct provenant de régions éloignées qui comportaient, dans certains cas, de la musique sérieuse.

La Société Radio-Canada a dû réduire ses orchestres, ce qui ne laisse à l'heure actuelle que deux formations à temps partiel, une à Vancouver, l'autre à Québec. Elle a dû diminuer de façon importante le nombre de ses enregistrements canadiens.

Nous savons que la Société Radio-Canada veut faire davantage. Ainsi, je sais que des représentants du réseau anglais—dont l'administration centrale se trouve à Toronto—ont passé beaucoup de temps dans notre bibliothèque de Toronto au cours de l'été à faire de la recherche sur les partitions orchestrales dont nous disposons. En effet, Radio-Canada voudrait procéder à des enregistrements, pas nécessairement en vue de vendre ceux-ci, mais pour avoir de bons enregistrements, de haute qualité, permettant de nombreuses transmissions radiodiffusées, ce qui est important pour permettre aux compositeurs de survivre. En effet, ceux-ci en retirent des redevances. C'est également important pour le public.

Certaines personnes se plaignent du fait que cette musique n'est pas vraiment populaire. L'un d'entre vous a demandé pourquoi nous n'écrivions pas de la musique populaire. Comment peut-on savoir que la musique sérieuse ne pourrait pas devenir populaire? Tous les présentateurs savent très bien qu'une chanson doit avoir été entendue des milliers d'heures avant de laisser une impression sur le public. Or, dans le cas des morceaux de musique sérieuse, ils ne sont joués qu'une seule fois, parfois deux si l'on a beaucoup de chance.

[Texte]

Let us assume to start with that it is difficult music for a good number of people. If it is never given a chance to be played again, how can people learn about it? So our point is that the CBC should be given back the money it needs to do this kind of recording, and that these recordings allow for more repeat broadcasts.

• 1045

Also, and Alex Pauk has mentioned it, there are hardly any music programs on television. I know the task force also asked that more money be put back into creating Canadian dramas. And when you create real Canadian dramas and real Canadian films for television, the scores, hopefully, will be written by Canadian composers. If this is not considered "serious" music, it is still music that will be written by our serious Canadian composers, and that will help with their livelihood. We strongly support this.

The second point is, we recommend that the FM licensees, those who get a licence for classical, light classical or easy listening music, be required to broadcast 30% Canadian concert music. I repeat here what we said in 1985, that regardless of whether their income comes from advertisers or public agencies, broadcasters ultimately receive their money from the pockets of all Canadians, and the licences they receive should therefore ensure that every Canadian's aspirations to intellectual, cultural, and community enrichment be met.

We strongly believe that if this 30% were imposed it would also help with the classical record industry. FACTOR was created to help the industry. I know they help mostly the popular record side of it, which is much bigger to start with, but they are also helping the classical side. If there were more outlets for this music it would also help to create more of this kind of recording. That is my second point.

My third point is that we oppose the recommendations on copyright issues on page 658 of the report. The first recommendation says:

The principle of independent protection for sound recordings as a category distinct from the original works they contain should be recognized in the Copyright Act.

The second recommendation is:

The right of performers over their performance of a creative work should be recognized in the Copyright Act.

[Traduction]

Si l'on part du principe que la musique sérieuse est difficile à comprendre, comment peut-on même essayer si on se borne à ne la jouer qu'une seule fois? Nous estimons par conséquent que nous devrions rendre à la Société Radio-Canada tout cet argent qui lui permettrait de faire ce genre d'enregistrements; il faudrait également que ceci fasse l'objet de plus nombreuses retransmissions.

Il faut mentionner aussi le fait, signalé par Alex Pauk également, qu'il y a très peu de programmes musicaux à la télévision. Le groupe de travail a également demandé que davantage de fonds soient injectés en vue de la création de pièces de théâtre canadiennes. Il est à espérer que si davantage de pièces de théâtre et de films sont créés pour la télévision, des compositeurs canadiens seront là pour composer l'accompagnement musical. S'il ne s'agit pas à proprement parler de musique sérieuse, il s'agit néanmoins de musique qui sera composée par les compositeurs de musique sérieuse, ce qui leur permettra également d'améliorer leur gagne-pain. Nous sommes tout à fait en faveur de cela.

Deuxièmement, nous recommandons que les détenteurs de permis MF pour la musique classique, la musique classique légère, ainsi que la musique légère, soient tenus de radiodiffuser de la musique de concert canadienne dans une proportion de 30 p. 100. Je répète ce que nous avons dit en 1985: que leur financement provienne des annonceurs ou des organismes publics, les radiodiffuseurs, tirent en fin de compte leur argent de la poche des contribuables, et les permis qui leur sont accordés devraient par conséquent aller de pair avec l'assurance d'un enrichissement des aspirations intellectuelles, culturelles et communautaires de tous les Canadiens.

Si l'on exigeait 30 p. 100 de contenu canadien, cela serait bénéfique également à l'industrie du disque classique. FACTOR, qui a été créée pour aider cette industrie, aide évidemment surtout dans le domaine du disque populaire, dont la vente est beaucoup plus grande au départ, mais elle aide également le disque classique. Si cette musique se vendait mieux, cela offrirait également plus de possibilités d'enregistrement, et c'est là mon deuxième argument.

Troisièmement, nous nous opposons aux recommandations concernant le droit des créateurs, à la page 712 du rapport. La première recommandation prévoit en effet ce qui suit:

Que la Loi sur le droit d'auteur reconnaisse et, en conséquence, protège les enregistrements sonores comme des oeuvres à part entière, distinctes des oeuvres originales qu'elles véhiculent.

La deuxième recommandation est la suivante:

Que la Loi sur le droit d'auteur reconnaisse le droit des artistes interprètes sur l'interprétation qu'ils font d'une oeuvre.

[Text]

We oppose the principle of this recommendation because we believe that to write a work is the creative act. To perform or produce it in a sound recording is a recreative act, and we believe the intellectual property should be the sole right of the creator and that it should not be diluted. And I am not talking here about money, that there will be less money for the composer if money also has to be given to the record producers and to the performers. In any case, the performers are already taken care of. I am talking about the principle. We strongly oppose this principle in these two recommendations, and we are doing so. . . You know that we are a record producer and we would stand to gain from recommendation one on page 658. As a producer of records, we would stand to gain, but the principle is so much more important to us: the creator should be recognized as the creator and his or her rights should not be extended to just anybody who is associated in the performance of that creation.

• 1050

I guess these are the three points I wanted to highlight, which are already written in the report I have submitted to this committee. I will just say what has been said before, that we view with great concern the low percentage of Canadian content in the electronic media and we very strongly urge the government to take action on this and to pass a broadcasting act that takes into consideration this aspect of our culture.

Mr. Pennock: Welcome. Before I get to the one question I have, because unfortunately I have to leave for Ottawa, I would like to set the record straight related to the CBC.

You talk about budget cuts, but let us realize that because of lack of financial accountability and what I perceive to be poor management at the CBC. . . Forgetting budget cuts for a minute, by admission by themselves yesterday in this committee hearing, it cost them \$8 million for an enterprise that was poorly run. In addition to that, we do not have the exact figure related to the \$57 million fiasco. That cost them \$10 million approximately. We are looking at \$18 million they have spent poorly. I stated yesterday that I would like to see the CBC get more money, but until the CBC becomes more responsible from a financial and a management standpoint, I, as a supporter of the CBC, would be hard pressed to recommend to my colleagues or to government that they get any more funding. I just wanted to set that record straight.

[Translation]

Nous nous opposons au principe de cette recommandation, car nous estimons que la création d'une oeuvre doit être considérée de façon distincte de l'interprétation ou de la production sous forme d'enregistrement sonore, qui ne devrait être considérée que comme un acte de seconde création. Nous estimons que la propriété intellectuelle devrait être le droit exclusif du créateur et que ce droit ne devrait pas être amoindri. Je ne parle pas ici d'argent, je ne parle pas du fait que le compositeur sera privé d'une certaine partie de cet argent, qui ira également aux producteurs de disques et aux artistes. En tout cas, la question des artistes-interprètes est déjà réglée. Je veux parler ici d'une question de principe. Nous nous opposons donc fortement au principe des deux recommandations, et nous le faisons. . . Vous savez que nous réalisons des disques et que nous aurions donc à gagner de l'adoption de la recommandation à la page 712. Cependant, le principe est à nos yeux beaucoup plus important que le gain: le créateur devrait en effet être reconnu en tant que tel, et ses droits ne devraient pas être accordés à qui que ce soit d'autre dans l'interprétation de cette création.

Il y a trois autres questions que je voulais souligner et qui figurent dans le rapport que nous avons soumis au Comité. Je ne ferai que répéter ce qui a déjà été dit: nous nous préoccupons beaucoup du faible pourcentage du contenu canadien dans les médias électroniques et nous prions le gouvernement de prendre des mesures à cet égard et d'adopter une loi sur la radiofusion qui tiendra compte de cet aspect de notre culture.

M. Pennock: Bienvenue. Avant de vous poser ma question, j'aimerais clarifier les choses concernant la Société Radio-Canada, car je dois partir pour Ottawa.

Vous parlez de coupures budgétaires. Cependant, il ne faut pas oublier qu'à cause d'un manque de responsabilité financière de la part de la Société Radio-Canada et de ce que je considère comme une mauvaise gestion de cette organisation. . . Oublions cependant les coupures budgétaires pendant quelques instants. Les représentants de la société ont admis eux-mêmes hier, au cours des audiences du Comité, avoir dépensé 8 millions de dollars pour une entreprise qui n'était pas bien gérée. De plus, nous ne possédons pas les chiffres exacts concernant ce fiasco de 57 millions de dollars. Les coûts s'élèveraient à 10 millions de dollars environ. Il s'agit donc de 18 millions de dollars qui ont été mal dépensés. Comme je l'ai dit hier, j'aimerais que la Société Radio-Canada dispose de plus de fonds; cependant, tant que cet organisme ne fera pas preuve d'un plus grand sens des responsabilités en matière de finances et de gestion, je ne pourrai vraiment pas, en mon âme et conscience, recommander à mes collègues ni au gouvernement une telle augmentation. Il s'agit là d'une précision que je voulais apporter.

[Texte]

My question is this, and again it is dealing with the CBC. You say in your brief that the budgetary constraints have forced CBC to reduce its involvement with Canadian music. Yet yesterday we heard in this committee that CBC-TV is going to increase its Canadian content to 95%, at a cost of \$10 million, they say. Are we really dealing with the reality that Canadian composers and Canadian concert performances just are not a part of the priority of the CBC? Is that not...?

Ms Auger: When I talk about the CBC, I am of course talking about the music section of the CBC. I know now that there are two directors of the music section in Montreal and in Toronto. Both of them have been in their jobs for about a year, and we have witnessed a change. There is a real—not that it was awful before, although it was certainly not as good as we would have liked to have seen it. There is a strong commitment to playing the music, but they do not have as many means as they would like to have. I repeat what I have said. To do the recordings they want to do, they need funds and they do not have the funds. As for the overall picture you have given—I am not an expert in this and I cannot discuss it—I do know that in the music section they can do only so much because of their limited budget.

Mr. Pennock: If they are given more money, what guarantee do you have it is going to go to you? I do not know, from what we are seeing, that they are treating what you are asking for as a priority.

• 1055

Mrs. Auger: Well, that it is going to go to concert music... I know they have other priorities as well. They have to look at the whole picture. They have to look at all of their markets. The people who do like classical music, whether it is contemporary or not, are a limited market, but knowing the people who are involved in it, I do believe that they would make sure that we get more of our fair share.

Ms McDonald: I am not quite sure that I understand what you mean by concert music, the 30%. Do you mean that a radio station would go out and tape an actual, live concert?

Mrs. Auger: Well, if they could, yes, and also they can play more of our records. They do not play them as much. They are an—

Ms McDonald: Okay, so when you say concert, it could be from a recording.

[Traduction]

Quant à ma question, la voici: elle porte sur la Société Radio-Canada. Vous dites dans votre mémoire que les contraintes budgétaires ont forcé la société à réduire sa participation en matière de musique canadienne. Pourtant, hier, nous avons entendu dire que la télévision de Radio-Canada augmenterait son contenu canadien, pour porter celui-ci à 95 p. 100, ce qui représentera une dépense de 10 millions de dollars, d'après les chiffres cités par les représentants de la société. S'en prend-on vraiment au fait que la société n'accorde pas une grande priorité aux compositeurs canadiens, aux concerts canadiens, etc.? N'est-ce pas...?

Mme Auger: Lorsque je parle de la Société Radio-Canada, c'est de la section musique que je veux parler. Je sais maintenant qu'il y a deux directeurs de cette section, à Montréal et à Toronto. Ils assument tous les deux leurs fonctions depuis un an, et nous avons assisté à un changement. Ce changement a été réel, ce qui ne signifie pas que la situation était désastreuse auparavant, même si elle n'était pas aussi bonne qu'on l'aurait voulu. La Société Radio-Canada désire vraiment jouer cette musique, mais n'a pas autant de moyens à sa disposition qu'elle devrait en avoir. Je répète ce que j'ai dit précédemment. Pour procéder aux enregistrements qu'elle voudrait faire, la Société Radio-Canada a besoin de fonds dont elle ne dispose pas à l'heure actuelle. Quant à la situation d'ensemble que vous venez de décrire—je ne suis pas experte en la matière et je ne pourrais donc en discuter—je puis vous dire que la section musicale est assez limitée à cause de son budget.

M. Pennock: Et si des fonds supplémentaires étaient consentis à Radio-Canada, comment pourrait-on garantir que ces fonds seraient dépensés dans la section musique? D'après ce que nous pouvons voir, il ne semblerait pas que la Société Radio-Canada traite ce domaine comme prioritaire.

Mme Auger: Ces fonds seront utilisés pour la musique de concert... Je sais évidemment que la Société Radio-Canada a d'autres priorités également et qu'elle doit tenir compte de l'ensemble de celles-ci, ainsi que de tous les autres marchés. Le public amateur de musique classique, contemporaine ou non, est assez limité; cependant, je connais les personnes chargées de la programmation et je pense qu'il faudrait s'assurer que nous ayons notre juste part.

Mme McDonald: Je ne suis pas sûre de bien comprendre ce que vous entendez par musique de concert, ces 30 p. 100. Voulez-vous parler d'un enregistrement d'un concert en direct par une station de radio?

Mme Auger: Si c'était possible, oui, et il serait possible également de diffuser nos disques. En fait, ceux-ci ne sont pas diffusés suffisamment.

Mme McDonald: Ainsi, lorsque vous parlez d'un concert, vous voulez parler d'un concert enregistré.

[Text]

Mrs. Auger: Yes, live or recorded music. I would like to see more, yes.

Ms McDonald: When you say concert music, do you mean a recording from a concert, as opposed to a studio recording?

Mrs. Auger: It could be both. But I would like to hear this music on the air, whether it is live music that has been recorded or music that has been recorded in the studio, or music that is broadcast live or music that—

The Chairman: If I could ask for a further clarification, are you referring to the kind of music which, for lack of better labels, has sometimes been called serious music, or classical music? Is that what you are talking about?

Mrs. Auger: Yes, we are talking about classical, contemporary music. Serious music is the classical, contemporary music. It is the Beethoven and the Mozarts of our day—and the lesser Beethovens and the lesser Mozarts of our day as well.

Ms McDonald: Okay. It is just that the word concert to me meant that it would actually be a live performance.

Mrs. Auger: No, I am sorry.

Ms McDonald: You state in your brief, in your section on private radio:

Private radio stations must do their share in supporting Canadian culture, and regulations should ensure that they show an ongoing commitment to Canadian music. . .

—and not just the CBC. So you think if the CRTC had a stipulated proportion. . . How exactly would this happen? As a condition of licence, private radio broadcasters would have to have a certain proportion that would be of serious, Canadian—

Mrs. Auger: Of serious contemporary music, yes.

Ms McDonald: Even if it is a—

Mrs. Auger: Well, the licensees who ask for a licence to play classical music or light classical, or easy listening music. . . that these people should be required, when they apply for a licence, to show that they program this kind of music. We always talk about the CBC, because the CBC is the only one doing its share, and it is very unfair. There are a number of other radio stations in Toronto, for example, and very few of them play contemporary music.

Ms McDonald: Yes. So even if it is an easy listening or a country station, they could have a certain proportion.

Mrs. Auger: You know, when you talk about serious, classical music, there are also the electro-acoustic

[Translation]

Mme Auger: En direct, ou de musique enregistrée. J'aimerais que ce genre de chose se fasse plus couramment.

Mme McDonald: Lorsque vous parlez de musique de concert, voulez-vous parler de l'enregistrement d'un concert en direct, par opposition à un enregistrement en studio?

Mme Auger: L'un ou l'autre. Pourvu que la musique soit diffusée, qu'il s'agisse de musique en direct enregistrée en concert ou en studio, bref d'un enregistrement en direct ou. . .

Le président: Voulez-vous parler de ce que l'on a coutume d'appeler la musique sérieuse, ou classique? Est-ce de cela que vous parlez?

Mme Auger: Oui, de musique classique contemporaine, donc de musique sérieuse. Bref, ce qui correspond à la musique de Beethoven ou de Mozart en musique contemporaine. Mais pas seulement des grands noms.

Mme McDonald: Si je vous pose la question, c'est que lorsque vous dites en concert, cela me fait penser à une transmission en direct.

Mme Auger: Non, je m'excuse.

Mme McDonald: Dans votre mémoire, dans la partie qui porte sur les stations de radio privées, vous dites, et je cite:

Les stations de radio privées doivent assumer leurs responsabilités en appuyant la culture canadienne, et la réglementation devrait être conçue de façon à s'assurer d'un engagement permanent envers la musique canadienne. . .

. . . et pas simplement la Société Radio-Canada. Croyez-vous que si le CRTC, dans ses règlements, avait prévu une certaine proportion. . . Comment en fait envisagez-vous les choses? Croyez-vous que les radiodiffuseurs privés devraient, pour obtenir une licence, s'engager à diffuser une certaine partie de musique sérieuse canadienne. . .

Mme Auger: De musique sérieuse contemporaine, oui.

Mme McDonald: Même si c'est. . .

Mme Auger: Les titulaires de permis qui demandent un tel permis afin de radiodiffuser de la musique classique sérieuse ou légère, ou de la musique légère, devraient prouver qu'ils diffusent ce genre de musique. On parle toujours de la Société Radio-Canada parce que c'est la seule qui fait sa part, mais c'est très injuste. Il y a beaucoup d'autres stations de radio à Toronto, par exemple, et il y en a très peu qui diffusent de la musique contemporaine.

Mme McDonald: Oui. Ainsi, si les stations diffusent de la musique légère, ou de la musique «country», elles pourraient quand même satisfaire à ce pourcentage.

Mme Auger: Lorsque vous parlez de musique classique sérieuse, il ne faut pas oublier les compositeurs de

[Texte]

composers who are members of the centres and who write serious electro-acoustic music. When you say the public would have trouble with this, well, the ears of the people who are 15, 16, 18, 20 years old are very much used to this, because when they go to movies, when they hear the music scores that are made now, very often they are made without an orchestra. It is made with a synthesizer, and it is also made with electro-acoustic instruments. There is a part of the music that could be accessible to the public and could be heard very easily on the airwaves.

Ms McDonald: I think you have raised a number of very good points for us and they will certainly start us thinking on some new possibilities.

You also state in your brief, and you give the example of R. Murray Schafer not being counted as Canadian because it is a foreign and there are not any lyrics, and there is a rating system there.

Mrs. Auger: Yes, that is right.

Ms McDonald: This, presumably, could be changed with a stroke of the pen.

Mrs. Auger: I suppose it could, but right now the regulations are that there are four categories, and you have to have two of the four categories, and if you do not qualify, there you go! Well, for concert music, usually one of the categories is out, because you do not have any lyrics. So you are left with the composer. The composer is Canadian. It should be the most important thing. If one of our composers is lucky enough to have a recording done elsewhere, it should be heard on our airwaves, and it would widen the choice that the broadcaster has, the programmer has.

• 1100

Ms McDonald: I think you will find us very sympathetic and understanding about the impact the regulations have had on more popular music. The same logic would apply and the same stimulus would work its way through. I appreciated your point about the frequency of hearing things. It is very difficult when the composition is only performed once. People do not have the chance to become familiar with it and understand it. Our Canadian composers have not had that kind of opportunity.

Mrs. Auger: That is correct. In the past a composer was subsidized by the court, the church or whatever. Film, radio and television have taken the place of that, but they have their share.

Mr. Caldwell: Welcome, Mrs. Auger. You were here when I was talking to the previous witness. This committee or the government cannot tell the CBC what they should be doing. We can make recommendations and suggestions.

I have been reviewing your brief to the Caplan-Sauvageau committee. It is a very good brief and you

[Traduction]

musique électro-acoustique, qui font partie des centres et qui écrivent de la musique sérieuse. Lorsque vous dites que le public n'est pas accoutumé à ce genre de musique, il faut bien préciser que les jeunes de 15, 16, 18 ou 20 ans sont au contraire bien au courant de ce genre de musique qu'ils entendent dans les bandes sonores des films à la mode, qui sont réalisées non pas par un orchestre, mais par un synthétiseur, et aussi des instruments électro-acoustiques. Certaines réalisations de ce genre pourraient être accessibles au public.

Mme McDonald: Je crois que vous avez soulevé pas mal de bonnes questions qui nous feront certainement réfléchir.

Dans votre mémoire, vous donnez l'exemple de R. Murray Schafer, qui n'est pas considéré comme Canadien—il n'y a pas de paroles non plus, et il faut évidemment s'en tenir au système de cotes.

Mme Auger: C'est exact.

Mme McDonald: Mais cela pourrait être changé facilement.

Mme Auger: Je suppose que oui, mais à l'heure actuelle, les règlements prévoient quatre catégories, et l'obligation d'entrer dans deux de celles-ci, sans quoi on n'est pas admissible. Pourtant, pour la musique de concert, une des catégories est éliminée presque automatiquement, étant donné qu'il n'y a pas de paroles. Vient ensuite la question du compositeur, qui devrait être la chose la plus importante; il faut qu'il soit Canadien. Si un des compositeurs a eu suffisamment de chance et a pu réaliser un enregistrement à l'étranger, celui-ci devrait pouvoir être entendu sur les ondes, ce qui élargirait le choix du diffuseur.

Mme McDonald: Je pense que vous allez voir que nous sympathisons avec vous pour ce qui est de l'impact du règlement sur le volume de musique populaire. C'est la même logique et le même mécanisme de déclenchement qui entrent en jeu. Je vois ce que vous voulez dire quand vous parlez de la fréquence de passage à l'écoute. C'est très difficile lorsque le morceau ne passe qu'une fois. Les gens n'ont pas la chance de se familiariser et de bien comprendre. Nos compositeurs canadiens n'ont pas ce genre de chance.

Mme Auger: C'est exact. Autrefois, les compositeurs étaient parrainés par des nobles, par l'Église, ou par quelqu'un d'autre. Le cinéma, la radio et la télévision ont remplacé ces parrains, mais occupent aussi leur propre espace.

M. Caldwell: Bienvenue, madame Auger. Vous étiez présente lorsque je me suis adressée au témoin précédent. Ce n'est pas à notre Comité de dire à la SRC ce qu'elle doit faire. Nous pouvons simplement faire des recommandations et des suggestions.

J'ai réexaminé votre mémoire adressé au comité Caplan-Sauvageau. C'est un excellent mémoire, qui

[Text]

raised some very interesting points. While we talk about the problem of the lack of money and cutbacks, I think you probably come the closest to putting the hammer to the nail. The CBC is chasing another market and you even say what it is, the yuppie market.

I still do not understand it. You point out in your brief that many people in Canada still receive much of the CBC by AM, whether it is in Moose Jaw or Pembroke. I have heard it the odd time on Saturday nights. They have a show playing all the 45s from the 1950s and 1960s. I assume they are paying royalties on those records.

That kind of music is probably presented as well on many private stations in Toronto or the main metropolitan areas. Why could they not put on serious music not available on all the other stations? We tend to say they are not doing it because of money.

Mrs. Auger: Yes. I see your point. You mean that even if they had the money, we cannot influence them.

Mr. Caldwell: They are chasing this bigger yuppie market.

Mrs. Auger: In their defence I would say they have to chase the bigger market because they do not have the money. It seems to me that we go in circles.

Mr. Caldwell: It bothers me a little. As I understand it, you would like to take the CBC back 20 years when it was considered to be little more elitist.

Mrs. Auger: On which page is it?

Mr. Caldwell: I am talking about your brief to the Caplan-Sauvageau committee. You go back to the old saying about the old loyal CBC listener. I think that is the course the CBC has tried to get away from to some extent. They hope they keep the old loyal CBC listener, but also to expand the market. The old loyal CBC listener does not like it.

Mrs. Auger: I agree. I am thinking not only about contemporary, classical music, but also about when they play only one movement instead of a full piece, a full quartet, and then have something much lighter. I know they do this. As an old loyal CBC listener, it certainly does not suit me. I believe they have been making a mistake in that kind of programming. I have said so and other people in my organization have also told the CBC.

They want to do an experiment to see if it keeps the listener there. I know they have done some market research which showed their listening public was a bit older than they would like it to be. They would like to attract the younger public. They may be making a mistake

[Translation]

contient des remarques très intéressantes. Vous avez probablement mis le doigt sur le bobo lorsque vous avez parlé du problème de manque de fonds et des coupures budgétaires. La SRC essaie de trouver une nouvelle clientèle, et vous êtes même allés jusqu'à dire qu'il s'agissait des «yuppies».

Je ne comprends toujours pas. Dans votre mémoire, vous faites remarquer qu'il y a bien des Canadiens qui continuent à recevoir une bonne partie des émissions de la SRC en MA, qu'ils habitent Moose Jaw ou Pembroke. Il m'est arrivé moi-même de l'écouter le samedi soir. Il y a une émission au cours de laquelle on diffuse des 45 tours des années 50 et 60. Je suppose qu'ils doivent payer des redevances pour l'utilisation de ces disques.

C'est probablement le genre de musique qu'on fait jouer également sur les ondes d'un grand nombre de stations privées à Toronto ou dans les zones métropolitaines. Pourquoi ces stations ne diffusent-elles pas de la musique classique que l'on n'entend pas sur les ondes des autres stations? On résiste mal à la tentation d'imaginer que c'est pour des raisons monétaires.

Mme Auger: En effet. Je vois. Autrement dit, même si la SRC avait l'argent nécessaire, il ne serait pas possible de l'influencer.

M. Caldwell: Ce qui l'intéresse, c'est le gros marché des «yuppies».

Mme Auger: A sa défense, je dois dire qu'elle doit rechercher ce gros marché à cause d'un manque de fonds. C'est un peu un cercle vicieux.

M. Caldwell: Cela me rend un peu mal à l'aise. Si j'ai bien compris, vous voudriez que l'on revienne 20 ans en arrière et que la SRC offre comme autrefois des émissions destinées aux élites.

Mme Auger: Vous trouvez cela à quelle page?

M. Caldwell: Je faisais allusion au mémoire que vous avez adressé au comité Caplan-Sauvageau. Vous revenez à la vieille antienne, l'auditeur fidèle de la SRC. Je pense que dans une certaine mesure, c'est précisément ce que la SRC essaie d'éviter. Elle espère conserver ses auditeurs fidèles, mais elle veut élargir son marché. Ce qui ne plaît guère au vieil auditeur fidèle.

Mme Auger: Je suis bien d'accord. Je pensais non seulement à la musique contemporaine, à la musique classique, mais également au fait qu'ils diffusent parfois un seul mouvement au lieu du morceau complet, d'un quatuor, et ensuite, ils passent à de la musique beaucoup plus légère. Je sais que c'est le cas. En tant que vieil auditeur fidèle de la SRC moi-même, cela ne me plaît pas du tout. Je pense que la société a tort de diffuser ce genre d'émissions. Je le lui ai fait savoir, ainsi que d'autres membres de mon organisation.

La société tente une expérience pour voir si elle va conserver ses auditeurs. Je sais qu'elle a fait faire des études de marché qui ont conclu que les auditeurs étaient un peu moins jeunes qu'elle ne le souhaitait. Elle aimerait attirer le public jeune. La Société se leurre en

[Texte]

in thinking that people of 30 or 25 like what they are doing. When I was 25 I would not have liked what they are doing any more than I do now.

• 1105

It is a different approach. They are trying it because they are told they should reach everybody. Their mandate is that they should please everybody under the sun. We have an expression for this in French, *c'est le nivellement par le bas*. That is, you try to please everyone and you end up pleasing no one. I think that they err when they try to do this.

Mr. Caldwell: Let me ask you about the National Film Board. Have they been cutting back on so-called serious music purchases?

Ms Auger: They are now distributing a number of films by Rombus Media on serious composers. This has been shown on TVOntario.

They will hire a composer when they do a film. The kind of music being written is not the concert music we are talking about. It is music for a score, for a film. I have not received complaints about this from my composers.

With regard to films done by independent producers on government money, there is a point system that applies. A number of points have to be applied. It is not always necessary that it be a Canadian composer who writes the score. So if a foreign composer is paid, the royalties go to this foreign composer.

Mr. Caldwell: Much background music is classical. Has there been any film work in Canada as a result of all the U.S. productions coming here?

Ms Auger: I have not heard too many composers complain about what goes on at the NFB, but I have heard composers complain that they do not benefit from the co-productions, since the point system does not require that the composition be by a Canadian.

Mr. Caldwell: So most of the mixing is done back in Los Angeles, and they use American composers and writers.

Ms Auger: I cannot say this for sure, but that is what I have heard.

Mr. Caldwell: Hagood Hardy is probably the premier background composer, movie person, in Canada at the present time.

Ms Auger: Yes.

The Chairman: I am not trying to make a political point here, but I think it is worthwhile to put on the record that this question of severe budget cuts to the CBC is one that bears examination. I put these facts out in order to illustrate the point that I am trying to make,

[Traduction]

s'imaginant que les gens de 30 ans ou de 25 ans aiment ce qu'elle diffuse. Quand j'avais 25 ans, je n'aurais pas aimé le genre de musique qui passe sur ses ondes, pas plus que je l'aime maintenant.

La Société a adopté une méthode différente parce qu'on lui a dit qu'elle devait rejoindre tous les publics. Son mandat est de plaire à tout le monde et à son père. On a une expression pour cela en français, c'est le nivellement par le bas. Autrement dit, on essaie de plaire à tout le monde et l'on finit par ne plaire à personne. Je pense que c'est une erreur de sa part.

M. Caldwell: Permettez-moi de vous poser une question sur l'Office national du film. L'Office achète-t-il moins de musique classique?

Mme Auger: L'Office distribue à l'heure actuelle un certain nombre de films réalisés par Rombus Media sur les compositeurs classiques. Le visionnement a eu lieu sur les ondes de TVOntario.

Quand l'ONF réalise un film, il engage un compositeur. Le genre de musique dont on parle ici n'est pas la musique de concert mais la trame sonore d'un film. En l'occurrence, aucun de mes compositeurs ne s'est plaint à moi.

Quant aux films réalisés par des producteurs indépendants financés par le gouvernement, ils sont soumis à un système de points. La trame sonore n'a pas nécessairement besoin d'être composée par un Canadien. S'il s'agit d'un compositeur étranger, c'est lui qui touchera les redevances.

M. Caldwell: Une bonne partie de la musique de fond est de la musique classique. Est-ce que le fait qu'un bon nombre de productions américaines soient réalisées au Canada a donné du travail aux cinématographes canadiens?

Mme Auger: Je n'ai guère entendu de compositeurs se plaindre de ce qui se faisait à l'ONF; par contre, j'en ai entendu se plaindre du fait que les coproductions ne leur rapportaient rien, étant donné qu'en vertu du système de points, le compositeur n'est pas nécessairement canadien.

M. Caldwell: Une bonne partie du mixage est fait à Los Angeles, ce sont des compositeurs et des écrivains américains qui sont engagés.

Mme Auger: Je n'en suis pas sûre, mais c'est ce que j'ai entendu dire.

M. Caldwell: Hagood Hardy est probablement le premier compositeur, spécialisé dans les trames sonores, que nous ayons au Canada à l'heure actuelle.

Mme Auger: En effet.

Le président: Je ne veux pas faire de politique, mais je pense qu'il vaudrait la peine d'inscrire au compte rendu qu'il faudrait étudier les grosses coupures budgétaires imposées à la SRC. Présentons les faits dans l'ordre pour bien présenter notre argument, soit que le problème n'est

[Text]

which is that the problem is not budget cuts but shifting CBC priorities.

Maybe the CBC is pointing to what they describe as budget cuts as the excuse for the shifting of priorities, but this does not stand up to scrutiny. The bare fact, as borne out by statistics in the Caplan-Sauvageau report, is that in constant dollars, despite the cut that took place in 1985-86, the corporation had more money to spend in real dollars in the years 1985-87 than it had in the periods 1979-80 and 1982-83. That is on page 677 of the task force report.

So I would submit to you, Madam Auger, that what we seem to be dealing with here is a shift in CBC priorities. I just wanted to put that on the record.

• 1110

Ms McDonald: Mr. Chairman, on that same point, I did some calculations also, comparing 1984 with this year, and in real dollars it is 87% of the budget from 1983 to 1984 in this current year. So that is a substantial cut.

I notice you did not count 1983-84 in that. But when you make that comparison, CBC has only 87% in current dollars. In my book that is a substantial cut. That is a 13% cut in real terms. It may be that 1979 was an odd year or something like that.

The Chairman: I am not going to play with the numbers, but I would just draw my colleague's attention to the table on page 677, where for four years running, up to 1985-86, there were increases for the CBC in real dollars of 2.5%, 4.6%, 7.8%—

Ms McDonald: Yes, but those were increases in the last Liberal years. There has been a 13% cut since the Conservative government came in; and that is a year out of date.

The Chairman: The actual figure in current dollars for 1986-87 is a decline of 0.4%.

Ms McDonald: Yes, and it is continued.

The Chairman: Anyway, the point I am making—and I will invite you to say whether you share the view—is that regardless of one's perspective on cuts or no cuts, there seems to be a shift in CBC priorities on this music question.

Ms McDonald: I would think it would be important to identify to what extent each is the factor. We were told by the previous witnesses the pot is the same; it has not grown for inflation but has remained stable, which is a reduction in real terms.

The Chairman: It is a subject I think we can take up when we have our final session with the corporation.

[Translation]

pas imputable aux coupures budgétaires, mais à un changement dans les priorités de la SRC.

La SRC invoque peut-être ce qu'elle considère comme des coupures budgétaires pour justifier ce virage, mais à l'examen, l'argument ne tient pas. Le fait est, comme en témoignent les statistiques du rapport Caplan-Sauvageau, qu'en dollars constants, en dépit des coupures imposées en 1985-1986, la Société a eu plus d'argent, en dollars réels, de 1985 à 1987 qu'en 1979-1980 et 1982-1983. Vous trouverez cela à la page 730 du rapport du groupe de travail.

Je vous dirai donc, madame Auger, que ce dont il s'agit ici, c'est d'un virage dans les priorités de la SRC. Je voulais simplement l'indiquer officiellement.

Mme McDonald: Toujours sur le même point, monsieur le président, moi aussi j'ai fait des calculs, et j'ai comparé 1984 avec cette année, et en dollars réels, le budget cette année ne représente que 87 p. 100 du budget de 1983-1984. Autrement dit, il s'agit d'une coupure considérable.

J'ai remarqué que vous n'avez pas tenu compte de l'année 1983-1984. Mais quand vous faites la comparaison, le budget actuel de la SRC ne représente que 87 p. 100 de ce budget en dollars courants. Pour moi, cela représente une coupure considérable, soit 13 p. 100 de moins en termes réels. Il se peut que l'année 1979 ait été une année exceptionnelle.

Le président: Je n'ai pas l'intention de jongler avec les chiffres, mais j'attirerai l'attention de ma collègue sur le tableau qui figure à la page 730, qui indique que pendant quatre années de suite, jusqu'en 1985-1986, le budget réel de la SRC a monté presque effectivement de 2,5 p. 100, 4,6 p. 100, 7,8 p. 100. . .

Mme McDonald: Effectivement, mais ces augmentations ont été consenties pendant les dernières années au pouvoir des Libéraux. Depuis l'avènement du gouvernement conservateur, le budget a baissé de 13 p. 100, et cela remonte à un an.

Le président: En dollars courants, la baisse du budget en 1986-1987 est de 0,4 p. 100.

Mme McDonald: Eh oui, et cela continue.

Le président: Quoi qu'il en soit, ce que je voulais dire—et je vous invite à me dire ce que vous en pensez—que l'on considère qu'il y ait eu coupures ou pas, il semble qu'il y ait eu un virage dans les priorités de la SRC pour la question de la musique.

Mme McDonald: Je pense qu'il est important de savoir ce qui est imputable à quoi. Les témoins précédents nous ont dit que le budget était le même, que l'on n'avait pas tenu compte de l'inflation mais que le budget était resté stable, ce qui représente une baisse en termes réels.

Le président: Nous pourrions aborder cette question lors de notre dernière rencontre avec la Société.

[Texte]

Ms McDonald: Sure. But a 13% real cut since the Conservatives came into government is a substantial cut.

Ms Auger: To start with, it was not enough. Even when you say the budget was much better it was not enough. So it is not going to be enough now.

The Chairman: It certainly was not enough in the 1970s.

Thank you very much, Ms Auger. We move to our final witness of the morning, Mr. Alan Wood, who is Vice-President of the American Federation of Musicians.

Mr. Wood, you are most welcome. When I think of the AF of M, I think of the late, great James Petrillo and the Decca Records situation for radio stations in this country. I guess that dates me. You may remember that time in history.

Mr. J. Alan Wood (Vice-President (Canada), American Federation of Musicians of U.S.A. and Canada): Thank you, Mr. Chairman.

I have held the position of Vice-President from Canada of the AF of M for 22 years, which empowers me to be the official spokesperson for more than 28,000 professional musicians in Canada. I thank you for this opportunity to appear before the committee. Many of my suggestions were incorporated in the original task force report as a result of my personal appearance at its request.

It is not the policy of the American Federation of Musicians to intervene with licence renewals for radio and television in Canada, and we have not appeared before the CRTC for many years. The Canadian content regulations that were established a considerable number of years ago, along with Canadian content application to radio and television commercials, were the last intervention by the AF of M until the recent hearings for the licence renewal of CBC Radio. I have attached a copy of that supportive communiqué and will quote from it later in this presentation.

The Canadian Broadcasting Corporation: The AF of M has a negotiated agreement covering the services of musicians on radio and television that has been negotiated biennially since the early 1960s.

• 1115

There is a guaranteed annual expenditure which includes proportionate percentages of the total expended in the various regions across Canada.

CBC Radio is the most important vehicle for the awareness of music performed by Canadian musicians. Hundreds of programmes are broadcast annually, which include Canadian symphony orchestras, chamber groups,

[Traduction]

Mme McDonald: Certainement. Mais la coupure de 13 p. 100 imposée par les Conservateurs quand ils sont venus au pouvoir représente une diminution considérable du budget.

Mme Auger: De toute façon, le budget est insuffisant. Même lorsque vous dites que les choses se sont améliorées, le budget reste insuffisant. Il est donc insuffisant à l'heure actuelle.

Le président: Mais c'était certainement le cas dans les années 70

Merci beaucoup, madame Auger. Nous passons maintenant à notre dernier témoin de la matinée, M. Alan Wood, qui est le vice-président de l'*American Federation of Musicians*.

Monsieur Wood, vous êtes le bienvenu. Quand je pense à votre organisation, je pense au grand James Petrillo, mort depuis, et au rapport entre la Decca Records et les stations de radio canadiennes. Je dois accuser mon âge. Vous vous souvenez peut-être de l'époque.

M. J. Alan Wood (vice-président (Canada), Fédération des musiciens des États-Unis et du Canada): Merci, monsieur le président.

Je suis vice-président de la branche canadienne de la Fédération depuis 22 ans, ce qui m'autorise à être le porte-parole officiel de plus de 28,000 musiciens professionnels au Canada. Je vous remercie de m'avoir donné l'occasion de comparaître devant votre Comité. Le groupe de travail m'avait demandé de comparaître devant eux et le rapport qu'il a publié contient un bon nombre de mes suggestions.

La Fédération des musiciens des États-Unis et du Canada n'a pas pour politique d'intervenir lors de renouvellements de licences de radio et de télévision au Canada, et cela fait bien des années que nous n'avons pas comparu devant le CRTC. C'était la première fois que notre Fédération comparaisait devant le CRTC lors des audiences relatives au renouvellement de licence de la station de radio de la SRC depuis l'adoption, il y a bien longtemps, de la réglementation touchant au contenu canadien et aux messages publicitaires diffusés à la radio et à la télévision canadiennes. J'ai mis en annexe à mon mémoire un exemplaire du dernier communiqué favorable dont je citerai des passages tout à l'heure.

La Société Radio-Canada: Notre Fédération a négocié un accord couvrant les prestations des musiciens à la radio et à la télévision, accord qui se renégocie tous les deux ans depuis le début des années 60.

La Société s'engage à dépenser un minimum annuel garanti, proportionnel au montant consacré aux diverses régions canadiennes.

C'est surtout grâce à la radio de la SRC que les musiciens canadiens se font connaître. Des centaines d'émissions sont diffusées chaque année—orchestres symphoniques canadiens, orchestres de musique de

[Text]

recitalists, choral groups, jazz groups, musical festivals, commissioned works, and many others.

CBC Radio must be spared any further budget cuts and, alternatively, the budget should be increased if any monetary change is made. CBC Radio will spend their entire allocation, and additional money if it is granted to them.

Music performed by Canadian musicians should be heard and appreciated by millions of Canadians, and the recently negotiated agreement between the AF of M and the CBC allows for that flexibility.

We anticipated the report on broadcasting and agreed to many changes in our policy to allow for additional adaptability in broadcasting. As an example, programs can now be syndicated to any free radio station, with a compensation paid to musicians of a very small percentage of sales.

CBC Television is a medium that definitely requires attention because of the lack of production. Very few programs are presently being produced, and we are possibly following the actions of our neighbours to the south. Awards shows and special events appear to be the limit of their involvement.

We do not agree that production in English television should be concentrated in five cities. Our members in Victoria, Calgary, Edmonton, Regina, and Ottawa are extremely capable of performing in top-quality television productions, and it should be noted that adequate facilities are available in those cities. It is our opinion that the public is saturated with enough news, information, and sports programming and sufficient funding should be made available to CBC Television to permit the production of attractive and distinctive Canadian programming. Concerts, variety shows, dramas, and documentaries should be produced and broadcast by the CBC. Whether they are produced by independent producers or on a co-production arrangement with the CBC, we must be creatively competitive, enhancing our capability to phase out the influx of American programming within five years.

As I previously emphasized, the AF of M has already anticipated the needs for Canadian broadcasting. We would welcome the formation of a committee to conduct a thorough examination of the labour relations structure of the CBC. Notwithstanding our opinion of the huge bureaucracy within the corporation, we will agree to serve on such a committee.

The National Film Board: Again, I have to inform the committee that the AF of M have been working under a negotiated agreement with the National Film Board for more than 20 years. They have enjoyed more flexibility

[Translation]

chambre, récitals, chorales, orchestres de jazz, oeuvres musicales faites sur commande, etc.

Loin de couper davantage le budget de la radio de la SRC, si on envisage des changements, il faudrait l'augmenter. La radio de la SRC peut certainement utiliser son plein budget, et tout supplément qui lui serait accordé.

La musique jouée par des musiciens canadiens devrait pouvoir passer sur les ondes et être entendue par des millions de Canadiens et l'accord récemment négocié entre notre Fédération et la SRC nous en donne la possibilité.

Dans l'attente du rapport sur la radiotélédiffusion, nous avons accepté de modifier sérieusement notre politique afin d'accroître notre souplesse en matière de radiotélédiffusion. Par exemple, nos émissions peuvent désormais être prises en souscription par n'importe quelle station de radio qui diffuse gratuitement, à condition de verser un tout petit pourcentage des ventes aux musiciens en guise de compensation.

La télévision de la SRC est un médium qui ne produit pas assez et auquel on devrait par conséquent s'intéresser. Il y a très peu d'émissions qui sont actuellement réalisées et elles calquent probablement celles de nos voisins au Sud. Tout ce qui semble l'intéresser, ce sont les remises de trophées et les événements spéciaux.

Nous sommes contre l'idée de concentrer la production pour la télévision anglophone dans cinq villes. Les membres de notre association qui se trouvent à Victoria, Calgary, Edmonton, Régina et Ottawa sont parfaitement capables de réaliser des émissions télévisées de très haute qualité et ces villes sont d'ailleurs dotées de studios adéquats. Nous sommes d'avis que le public est saturé de bulletins de nouvelles, d'informations et d'émissions sportives et que l'on devrait donner suffisamment de crédits à la télévision de la SRC pour permettre la réalisation d'émissions canadiennes distinctes et intéressantes. La SRC devrait réaliser et diffuser des concerts, des émissions de variétés, des dramatiques et des documentaires. Peu importe que ces émissions soient réalisées par des producteurs indépendants ou qu'il s'agisse de coproduction entre indépendants et la SRC; nous devons faire preuve de compétitivité sur le plan de la créativité si nous voulons repousser la marée d'émissions américaines au cours des cinq prochaines années.

Comme je l'ai fait remarquer tout à l'heure, notre Fédération a déjà prévu la nécessité d'une radiodiffusion canadienne. Notre association souhaite qu'on mette sur pied un comité qui fasse une étude approfondie de la structure des relations de travail à la SRC. En dépit de nos préventions contre l'immense bureaucratie de la Société, nous serions prêts à faire partie d'un tel comité.

L'Office national du film: là encore, je dois signaler au Comité que notre Fédération négocie des accords avec l'Office national du film depuis plus de 20 ans. L'Office a dû se plier à bien moins de contingences que tous ses

[Texte]

than any other film producer in North America and are allowed to exhibit their films in all electronic media. Notwithstanding the afore-mentioned, their funding has been cut to such an extent that production is at an all-time low. The board's first-class facility in Montreal is rarely used, and I suggest to the committee that if the National Film Board is going to be a significant producer of television programming then their government funding must be extensively increased.

Private radio: The music industry realizes very little employment in the private sector on radio. I am not naive enough to suggest that they produce musical shows in their studios, because most of them are not large enough to house a piano, let alone a band. There are one or two stations that are broadcasting live musical programs on a remote basis, and they are being syndicated across Canada and the United States. More of this type of programming could be produced if the stations would agree to fund the projects by a collective agreement.

As far as recordings are concerned, the age-old argument that there are not enough Canadian records in the market to satisfy Canadian content regulations is simply not true. FACTOR-CTL has made it possible for Canadian musicians to record top-quality records that are available to all Canadian stations. Major and independent record producers are still in business. The CBC has a varied catalogue of symphonic recordings by Canadian orchestras. It is not necessary to reduce the Canadian content requirements, including the 30% quota for AM licensees. The private broadcasters should be advised that a strong and viable music industry does exist in Canada and the industry is deserving of appropriate exposure.

• 1120

Private television: The CTV Network produces very few programs utilizing the services of musicians. However, their affiliated stations do engage musicians on a limited basis. The exhibition of Canadian performance programming should be absolutely necessary for licence renewal purposes.

Although the industry is extremely competitive, it should be possible to produce programs on a syndicated basis with all stations contributing to a production pool. Independents would welcome the opportunity to produce shows, provided they were assured that the broadcasters would buy and play them.

Finally, we fully support the suggestion that the writer-performer should be recognized in the Copyright Act and we endorse the task force proposals on financing as outlined in chapter 29 of the recommendations.

[Traduction]

concurrents d'Amérique du Nord et a accès à tous les médias électroniques pour passer ses films. En dépit de cela, le budget de l'ONF a été coupé si brutalement que la production n'a jamais été aussi faible. L'excellent studio que l'Office possède à Montréal est rarement utilisé et si vous voulez que l'Office national du film soit en mesure de réaliser un nombre important d'émissions télévisées, je vous suggère de dire au gouvernement d'augmenter considérablement son budget.

La radio privée: le secteur privé de la radio offre très peu de possibilités d'emploi pour l'industrie de la musique. Je ne suis pas assez naïf pour suggérer que ces stations réalisent des émissions musicales dans leurs studios, la plupart de ces studios étant trop petits pour accueillir un groupe de musiciens, voire un seul piano. Il y a deux ou trois stations qui diffusent des programmes musicaux en direct de temps en temps, et dont les émissions sont mises en souscription au Canada et aux États-Unis. Si les stations acceptaient de signer un contrat collectif pour le financement de ces émissions, elles pourraient être produites chez nous en bonne partie.

Quant à l'industrie du disque, l'argument qu'on nous rabâche depuis toujours c'est qu'il n'y a pas suffisamment de production canadienne de disques pour répondre aux exigences du contenu canadien, ce qui n'est pas vrai. FACTOR-CTL a permis aux musiciens canadiens d'enregistrer des disques de haute qualité qui sont diffusés dans toutes les stations canadiennes. Nous avons des producteurs de disques indépendants et de grosses maisons d'enregistrement qui ne font pas faillite. La SRC a toute une collection d'enregistrements de musique symphonique canadienne. Il n'est pas nécessaire de baisser le pourcentage de contenu canadien exigé ni même les 30 p. 100 imposés aux détenteurs de licence MA. On devrait faire savoir aux radiodiffuseurs privés que l'industrie de la musique au Canada est florissante et mérite de se faire entendre.

La télévision privée: le réseau CTV produit très peu d'émissions nécessitant l'emploi de musiciens. Néanmoins, les stations affiliées à ce réseau engagent un certain nombre de musiciens. On devrait imposer comme condition de renouvellement de licence la diffusion de morceaux joués par des Canadiens.

Même si l'industrie est très compétitive, il devrait être possible de réaliser des émissions en souscription si toutes les stations collaboraient à un pool de production. Les indépendants seraient ravis de produire des émissions s'ils étaient sûrs que les radiodiffuseurs les achèteraient et les passeraient en ondes.

Finalement, nous sommes tout à fait en faveur de l'idée de reconnaître l'auteur-interprète dans la Loi sur le droit d'auteur et nous appuyons les recommandations du groupe de travail sur le financement, telles qu'elles figurent au chapitre 29 des recommandations.

[Text]

Mr. Chairman, I thank you for this opportunity to speak to the committee and only hope that my suggestions will be incorporated in the policy governing broadcasting. If there are any questions, I will be pleased to answer them.

The Chairman: Thank you, Mr. Wood. Ms McDonald.

Ms McDonald: Thank you, Mr. Chairman. Mr. Wood, you and I ought to be allies in a cause and I am sorry we are not. I am the parliamentarian who is trying to abolish the cough at concerts that so disturbs musicians and concert-goers.

Mr. Wood: Trying to abolish what? I am sorry.

Ms McDonald: Coughing. Smokers coughing. Perhaps your musicians should have a great interest in the work I am doing and perhaps we can talk about it some time. However, that is not what we are here to talk about today.

I wonder if you would clarify what this business is about your overall contract with the CBC. This came up with Michael McEwen from CBC Radio in testimony yesterday and I am not entirely clear what the nature of it is.

Mr. Wood: Are you referring to the agreement between the AF of M and the CBC?

Ms McDonald: Yes.

Mr. Wood: The agreement covers production of all types in radio and television with a fee structure and conditions of employment that would be the same as any other type of collective agreement with any other employer.

Ms McDonald: Okay. You say here there is a guaranteed annual expenditure which includes proportionate percentages of the total expended. Normally a collective agreement is just on the wages and working conditions, but does not stipulate a total.

Mr. Wood: In the 1960s the first agreement was negotiated between the AF of M and the CBC. Because of the type of business we are in and the production centres we had in those days, and it also had to do, as I understand it. . . It was a couple of years before my time in this particular position, but the percentages were worked out on a percentage of the population and the taxpayers' dollars.

In other words, right now the guarantee is slightly over \$14 million a year to be spent throughout Canada in percentages. The percentages vary. The Maritimes is 4%; Quebec is 29%; Ontario is 34%; the Prairies are 7.5%; British Columbia is a little over 8% approximately. That is the expenditure I am referring to in percentages.

Ms McDonald: Okay. And the percentages are obviously not based just on population. It is based on some other—

[Translation]

Monsieur le président, je vous remercie de m'avoir permis de m'adresser à votre Comité et j'espère qu'on tiendra compte de mes suggestions dans l'élaboration de la politique relative à la radiodiffusion. S'il y a des questions, je serai ravi d'y répondre.

Le président: Merci, monsieur Wood. Madame McDonald.

Mme McDonald: Merci, monsieur le président. Monsieur Wood, vous et moi devrions faire front commun. Je suis désolée que ce ne soit pas le cas. Je suis de ces parlementaires qui essaient d'interdire aux gens de tousser pendant les concerts car cela perturbe les musiciens et la salle.

M. Wood: Vous essayez d'abolir quoi? Excusez-moi.

Mme McDonald: La toux. La toux des fumeurs. Vos musiciens devraient s'intéresser à mes efforts et on aura peut-être l'occasion d'en parler. Quoi qu'il en soit, ce n'est pas là le sujet de la discussion d'aujourd'hui.

J'aimerais avoir des précisions sur le contrat que vous avez signé avec la SRC. La question est venue sur le tapis lorsque Michael McEwen, de la radio de la SRC, a témoigné hier et je n'ai pas très bien compris ce qu'il en était.

M. Wood: Vous voulez parler de l'accord entre notre Fédération et la SRC?

Mme McDonald: Précisément.

M. Wood: L'accord couvre toutes les productions de radio et de télévision et précise le barème des prix et les conditions d'emploi tout comme n'importe quel autre contrat collectif signé avec un employeur quelconque.

Mme McDonald: Bien. Vous dites que la SRC s'engage à dépenser un minimum annuel garanti proportionnel au total de ses dépenses. En général, un contrat collectif n'indique que le salaire et les conditions de travail et ne stipule pas de montant total.

M. Wood: Au cours des années 1960, on a négocié le premier accord entre notre Fédération et la SRC. A cause de notre spécialisation et à cause des genres de studios que nous avions à l'époque, et apparemment, également à cause de. . . Ça s'est passé quelques années avant que j'occupe mon poste, mais on a calculé les pourcentages en fonction de la population et des impôts.

En d'autres termes, on vous garantit un peu plus de 14 millions de dollars par année répartis proportionnellement dans tout le Canada. Les pourcentages varient. Dans les Maritimes, c'est 4 p. 100; au Québec, 29 p. 100; en Ontario, 34 p. 100; dans les Prairies, 7,5 p. 100; et en Colombie-Britannique, un peu plus de 8 p. 100 environ. C'est ce que je veux dire quand je parle des pourcentages.

Mme McDonald: Oui. Et les pourcentages ne sont bien entendu pas fonction de la population seulement. Ils dépendent de. . .

[Texte]

Mr. Wood: If you were to figure out those percentages, it is pretty close to the population.

Ms McDonald: Do you say they are close to the population?

Mr. Wood: Very close, yes.

Ms McDonald: I would have thought B.C. would have been higher than that.

Private radio: I guess one of our concerns is that so much of the burden falls on the CBC to perform and distribute music, Canadian compositions, Canadian performances, and we are concerned also that private radio be doing more of this. You raise this in your presentation. You say the music industry realizes very little employment in the private sector on radio. Do you think it could fulfil a substantial part?

Mr. Wood: There are one or two stations in the country, there may be three or four at this point, that do go out and remote concerts on a live basis and syndicate them across the country through an agreement they have with me and the AF of M. It could be done by more stations, but many of the smaller stations do not have the equipment. That is the problem. They do not have the equipment to go out and remote a concert at a specific location. It takes some fairly sophisticated equipment in this day and age to successfully do that.

• 1125

The one station I do have in mind that I have had a lot to do with—it may have come up at these hearings—is CFMX. True, it is a very, very small station, but they go out and take live remote broadcasts from various concerts, nearly all in the serious music field. As I heard the last witness, it was stated that the Canadian accomplished composer needs a little more attention, with which I fully agree in principle, but this particular station specializes in going with small chamber groups and recitalists who are nearly all Canadian composers. They have a fairly successful syndication record. Other stations could do that, if they could get hold of the equipment to do it. I see no reason that they should not be able to do it.

Ms McDonald: Is there anything that should be done by way of regulation?

Mr. Wood: I do not think it would be possible to put a regulation through, as far as the CRTC is concerned, to make it mandatory for all private radio stations to produce x number of. . . I am not naive enough to think that would even work, but it can be done.

The thing that concerns me is that the private stations are not together on this issue. If they were together on this issue, they could form a syndication pool, produce

[Traduction]

M. Wood: De fait, ces pourcentages sont pratiquement calqués sur la population.

Mme McDonald: Pratiquement calqués sur la population?

M. Wood: Effectivement.

Mme McDonald: J'aurais cru que c'était plus élevé pour la Colombie-Britannique.

La radio privée: je pense que ce qu'on souhaite, c'est que la radio privée fasse sa part et que le plus gros de la responsabilité ne continue plus d'incomber à la SRC en matière de diffusion de musique, d'oeuvres canadiennes, de réalisations canadiennes, etc. Vous avez soulevé ce point dans votre exposé. Vous avez dit qu'une industrie de la musique trouvait fort peu de sources d'emploi dans le secteur privé de la radio. Pensez-vous que ce secteur pourrait jouer un rôle important?

M. Wood: Il existe au Canada une ou deux stations, peut-être même trois ou quatre, qui se donnent la peine de se rendre dans des régions éloignées pour enregistrer des concerts en direct et qui les vendent en souscription dans tout le pays par le truchement de l'accord qu'ils ont signé avec notre Fédération et avec moi. D'autres stations pourraient accomplir ce travail, mais plusieurs d'entre elles n'ont pas le matériel nécessaire. Voilà le problème. Elles n'ont pas le matériel pour diffuser un concert en direct de l'endroit donné. De nos jours, pour bien réussir une telle émission, il faut un matériel assez perfectionné.

Je peux vous indiquer une station dont je connais bien l'opération: il s'agit de CFMX, qui a peut-être comparu d'ailleurs lors de ces audiences. Bien entendu, c'est une très, très petite station, mais elle diffuse certains concerts en direct, presque tous de musique sérieuse. Selon le témoin précédent, il faut accorder une attention accrue aux compositeurs canadiens connus; en principe, je suis entièrement d'accord avec cela. Mais notons que la spécialité de cette station est de petits groupes présentant de la musique de chambre ou des musiciens solistes, exécutant presque exclusivement des compositions canadiennes. Cette station a assez bien réussi à vendre ses émissions à d'autres par l'intermédiaire d'un syndicat de distribution. Si d'autres stations pouvaient se procurer le matériel nécessaire, elles pourraient en faire autant. Je n'y vois aucun empêchement.

Mme McDonald: Est-ce que le règlement devrait traiter de cette question?

M. Wood: Je ne crois pas qu'il soit possible de faire adopter un règlement par le CRTC comme quoi les petites stations de radio doivent produire tant d'émissions. . . Mon expérience ne me permet pas de croire qu'un tel règlement serait même efficace, mais c'est une possibilité.

Ce qui me préoccupe dans cette question, c'est le fait que les petites stations ne sont pas unanimes. Si elles présentaient un front commun, elles pourraient créer un

[Text]

programs and syndicate them from one to the other—"bicycling", as we call it. It is perfectly agreeable to us if they would do such a thing, but they are just not interested.

I mean, I have to go back to the early days in the 1960s when CTL first started, and I was one of the main cogs in that wheel. When CTL first started, it was started for a reason. There were not enough Canadian records on the market to have 30% Canadian content in the 1960s, so CTL was started. It was started mainly by Standard Broadcasting. The idea was—and it worked successfully for many years—that all of the private broadcasters were to pay their share into the pool; all the recordings were done and every station got a copy of every recording that was done. That satisfied Canadian content. The same thing can happen today, but they are not together like they used to be.

Ms McDonald: You talk about this lack of interest in doing it, but certainly the case. . . What happened in the past when people were forced by that rule? Should we be thinking of some kind of regulation that would either force larger stations to act or to stimulate some kind of syndication?

Mr. Wood: I recall that in the 1970s at some of the licence renewals it was suggested that every station which had its licence renewed had to become a signatory to the Canadian Talent Library, and that did not go through at all. It was suggested, but it did not go. A very large pool could have been created that way.

M. Blackburn (Jonquière): Monsieur Wood, vous dites dans votre mémoire que CBC télévision a besoin d'attention et qu'il y a présentement un manque de production. Vous nous parlez également de l'Office national du film qui a à peu près le même problème. Vous souhaitez que les budgets soient augmentés. Vous nous parlez aussi de votre collaboration avec l'Office national du film.

• 1130

Certains groupe que nous avons rencontrés ici, à Toronto, sont d'avis que l'Office national du film doit, à toutes fins pratiques, disparaître. Quelle serait la conséquence de la disparition de l'Office national du film pour votre association?

Mr. Wood: I do not know who suggested that the National Film Board be abolished. In my opinion the National Film Board has performed a great service to this country through the years. I have been to the facilities in Montreal many times. They have first-class facilities and the building is practically empty. As far as I am concerned, in looking at the business aspect of this whole thing, that is an absolute disgrace.

[Translation]

syndicat de distribution, produire des émissions et se les refiler. Ce qu'on appelle en anglais *bicycling*. Nous n'y voyons aucune objection, mais cela ne les intéresse tout simplement pas.

Voyez-vous, pour trouver cette solidarité, il faut revenir aux années 60, au début du CTL dont j'ai été un des principaux intervenants. Il y avait une bonne raison pour la création de cette organisation: pendant les années 60, le nombre d'enregistrements canadiens disponibles était insuffisant pour atteindre 30 p. 100 de programmation canadienne. C'est l'entreprise *Standard Broadcasting* qui a fourni l'initiative principale. Selon ce système—qui a bien fonctionné pendant de nombreuses années—tous les radiodiffuseurs du secteur privé contribuaient leur part à un fonds qui servait à faire les enregistrements. Chaque station recevait un exemplaire de chaque enregistrement. Ce système répondait aux exigences de programmation canadienne. La même chose pourrait se produire aujourd'hui, mais les stations ne collaborent plus comme avant.

Mme McDonald: Vous indiquez un manque d'intérêt à la collaboration, mais il est évident que le cas. . . Dans le passé, quel effet avaient les exigences du règlement? Devrait-on envisager un règlement pour obliger les grandes stations à agir ou pour encourager la création de syndicat, de distribution?

M. Wood: Je me rappelle une proposition, faite lors du renouvellement des licences pendant les années 70, selon laquelle toute station dont la licence serait renouvelée devrait devenir membre de l'organisation CTL; cette proposition n'a pas été bien accueillie. Elle a été rejetée. Elle aurait pu mener à la création d'une très grande banque de matériel.

Mr. Blackburn (Jonquière): Mr. Wood, in your brief, you say that CBC TV needs looking at and that at the moment production is low. You also mentioned the National Film Board, which has a similar problem. You would like to see funding increased, and you note your own co-operation with the National Film Board.

Some groups we have met with here in Toronto feel that for all practical purposes the National Film Board should be abolished. For your association, what would be the consequences of eliminating the National Film Board?

M. Wood: Je ne sais pas qui a proposé l'élimination de l'Office national du film. D'après moi, l'Office national du film a très bien servi le Canada depuis de nombreuses années. J'ai souvent visité ses installations à Montréal. Ce sont d'excellentes installations, mais l'édifice est presque désert. Du point de vue des affaires, je trouve cela absolument disgracieux.

[Texte]

Also, the independent producers who may say it should be abolished, they will not pick up the slack. They will not produce the type of thing the National Film Board produces. They produce documentaries basically on Canadianism in general, and no one will pick up that slack if the National Film Board is abolished. It is true they have lost most of their producers because there is not any work there. Not too many years ago they had their own composers, but they are gone and the place is almost a shell. Anybody who says the National Film Board should be abolished, that is all right if they are going to pick up the slack, if they are going to produce what the National Film Board is presently producing, which is very little. They used to produce a lot, and in most cases the production was excellent. Though today there is very little, if any, production from the Film Board, I do not agree that they should be abolished.

M. Blackburn (Jonquière): Il y a là un certain paradoxe. Vous dites que l'Office national du film a des installations qu'on n'utilise pratiquement pas. Depuis combien de temps ces installations sont-elles inutilisées? Au sein de votre fédération, vous sentez qu'on fait moins de production. Il doit y avoir certaines carences, car l'ONF ne répond plus à vos besoins.

Mr. Wood: We do not have a guarantee of employment with the National Film Board, so therefore what a producer does—whether or not he uses musicians—has nothing to do with the collective agreement as such. The collective agreement only sets down the fees and conditions under which they can use musician services; therefore, we have nothing whatsoever to say about the programming.

M. Blackburn (Jonquière): J'aimerais avoir un peu plus de précisions. De quelle façon collaborez-vous avec l'ONF? De quelle façon êtes-vous impliqués avec cet organisme?

Mr. Wood: We negotiate an agreement with the National Film Board every two years, which is what we do with any other producer who produces films. We have fees and conditions if they want to engage the services of our members. That is our involvement with the Film Board, and that is all of our involvement with the Film Board. It is the same as it is with any other producer, with the exception of the CBC. The CBC is the only employer in this country that guarantees employment to musicians in dollars—the only employer.

M. Blackburn (Jonquière): Quelle partie de votre budget cette collaboration représente-t-elle?

Mr. Wood: If I were to tell you what they spent in total as opposed to what musicians earn in this whole country, you would be absolutely shocked. The total amount spent by the Film Board on musicians last year was slightly over \$70,000, but musicians in Canada last year earned in excess of \$90 million. If you want that percentage, I am not sure I have that many decimal points.

[Traduction]

D'ailleurs, les réalisateurs indépendants qui prônent l'abolition de l'ONF ne feront pas le travail de cet organisme. Ils ne réaliseront pas le genre de films que produit l'Office national du film. En général, ce dernier réalise des émissions documentaires sur la condition canadienne; si l'Office national du film était aboli, personne ne réaliserait ce genre d'émissions. Il est vrai que le manque de travail à l'ONF lui a fait perdre la plupart de ses réalisateurs. Voilà quelques années seulement, l'ONF employait des compositeurs, mais ils sont partis et l'édifice s'est un peu vidé. Si quelqu'un voulait faire disparaître l'Office national du film, je dirais d'accord si cette personne-là était prête à faire le travail actuel de l'Office national du film, qui est minime. Sa production a déjà été très élevée, et pour la plupart, excellente. Même si l'Office national du film ne produit que très peu ou presque rien maintenant, je m'oppose à sa disparition.

Mr. Blackburn (Jonquière): I see a certain paradox there. You say that the National Film Board has facilities that are practically unused. How long have these facilities been unused? In your federation, you note a decrease in production. If the NFB no longer meets your needs, there must be some dry spells.

M. Wood: L'Office national du film ne nous garantit aucun emploi, donc la convention collective ne traite pas des activités d'un réalisateur, ni de son recours aux services de musiciens. La convention collective ne fait que fixer le cachet des musiciens et les conditions régissant le recours par les réalisateurs à leurs services; donc, nous n'avons rien à dire au sujet de la programmation.

Mr. Blackburn (Jonquière): I would like to have a few more details. How do you co-operate with the NFB? How are you involved with this organization?

M. Wood: Comme c'est le cas avec tous les réalisateurs de cinéma, nous concluons une entente biennale avec l'Office national du film. Le recours aux services de nos membres est associé à certains cachets et conditions. Notre collaboration avec l'Office national du film se limite à cela. Nous avons les mêmes arrangements avec tous les autres réalisateurs, sauf Radio-Canada. Radio-Canada est le seul employeur au Canada—le seul, dis-je—qui garantit un revenu chiffré à ses employés musiciens.

Mr. Blackburn (Jonquière): What percentage of your budget does this co-operation cover?

M. Wood: Si je vous établissais la comparaison entre les dépenses totales de l'ONF et les recettes globales des musiciens canadiens, vous seriez complètement renversés. L'an passé, l'Office national du film a dépensé un total d'un peu plus de 70,000\$ pour les services de musiciens, tandis que, pendant la même année, les musiciens au Canada ont gagné au-delà de 90 millions de dollars. Je ne suis pas sûr de disposer d'assez de décimales pour exprimer un pourcentage aussi minime.

[Text]

M. Blackburn (Jonquière): Je voudrais qu'on parle un peu de la quantité de disques disponibles sur le marché. Vous dites qu'on ne manque pas de disques, qu'il y en a suffisamment. Même s'il y en a en grande quantité, j'ai l'impression qu'il y en a beaucoup dans certaines catégories, mais peu dans d'autres. Comment peut-on concilier cela avec les commentaires d'autres groupes qui souhaitent qu'on produise davantage de disques? Ils disent qu'il n'y a pas de problème au niveau de la diffusion sur les ondes radiophoniques, parce qu'il n'y a pas suffisamment de disques pour qu'on diffuse un certain pourcentage de contenu canadien.

• 1135

Mr. Wood: To answer that question, I would have to know the groups you are referring to and what type of music you are referring to. If you are referring to "serious music", everything that is not popular we call serious. But if you are talking along those lines, that is not true; and if you are talking about pop records, it is definitely not true. FACTOR/CTL is spending millions of dollars per year in putting out pop records. The problem is that the stations will not play them. And you probably know the reason why. The reason is very simple. It all depends on what your children and your grandchildren want to hear. That is the problem.

As far as Canadian music is concerned, especially in the pop field, unless they are played, they are not sold. It is a simple matter.

Some of the station managers, yes, will play Canadian music. I happen to listen to a station quite often on which every third piece of music is Canadian, all day long. Not just at night, not in the middle of the night, but all day long, every third piece of music is Canadian. That happens to be an easy-listening station as well. So it can be done. If the station managers—the program directors, as they call themselves—want to do it, it will be done.

M. Blackburn (Jonquière): Je vous remercie.

Mr. Caldwell: Mr. Wood, welcome. I do not want to get into the discussion again. . . I think you were here when we discussed the CBC and whether or not if you gave them more money they would do this anyway. I do not think we want to get into that. But I would like to get into your contract with the CBC and more or less the trend. . . Have you been able to keep the amount of money the CBC has promised to the AF of M pretty constant over the last 10 years?

Mr. Wood: Going back to the last 10 years, what we did then for many years is with any increase in fee we were able to negotiate, which varied from year to year, of course, the guarantee was increased by that amount of money. So the amount of work was never decreased. At the last negotiation we were not successful in getting an increase in the guarantee to go along with the increase we

[Translation]

Mr. Blackburn (Jonquière): I would like to talk a bit about the quantity of records available on the market. You say that there are plenty of records, quite enough. Although there are a great many records, I have the impression that there are a lot in some categories but not many in others. How can you reconcile that with the fact that other groups have commented that they were hoping for greater record production? They claim radio stations have a problem getting them on the air because there are not enough Canadian records available to broadcast the Canadian content requirement.

M. Wood: Pour répondre à votre question, je devrais savoir de quels groupes il s'agit, le genre de musique en question. Si vous parlez de musique classique, tout ce qui n'est pas populaire, vous avez tort; si vous parlez des disques de musique populaire, vous avez encore plus tort. FACTOR/CTL consacre des millions de dollars chaque année à la production de disques de musique populaire. Le problème, c'est que les stations refusent de les jouer. Vous savez probablement pourquoi. C'est très simple, tout dépend de ce que vos enfants et vos petits-enfants ont le goût d'entendre. C'est là le problème.

Or, quand vous parlez de musique canadienne, en particulier de musique populaire, les disques ne se vendent pas s'ils ne sont pas diffusés. C'est simple.

Il y a certains directeurs de stations qui, effectivement, diffusent de la musique canadienne. Il y a une station que j'écoute assez souvent et qui diffuse toute la journée un morceau canadien sur trois. Je dis bien toute la journée, non pas le soir, non pas au milieu de la nuit, et c'est un morceau canadien sur trois. Il s'agit d'ailleurs d'une station qui diffuse de la musique légère. La chose est donc faisable. Si les directeurs de station, directeurs de programme—peu importe leur titre—se décidaient, cela serait faisable.

Mr. Blackburn (Jonquière): Thank you.

M. Caldwell: Bienvenue, monsieur Wood. Je ne tiens pas à relancer la discussion. . . Je pense que vous étiez présent lorsque l'on a parlé de la SRC et que l'on s'est demandé si en augmentant son budget, elle serait prête à diffuser cette musique. Je ne pense pas que l'on veuille discuter de cette question à nouveau. Par contre, j'aimerais discuter du contrat que vous avez signé avec la SRC, pour savoir si la tendance plus ou moins. . . La SRC a-t-elle tenu ses promesses depuis les 10 dernières années et dépensé l'argent promis à la AFM?

M. Wood: Pour revenir aux 10 dernières années, eh bien chaque fois qu'il y avait une augmentation de la redevance, ce qui variait au fil des ans bien entendu, nous avons pu négocier une augmentation proportionnelle de la garantie. Le montant est donc resté constant. Lors des dernières négociations, nous n'avons pas obtenu d'augmentation de la garantie parallèle à l'augmentation

[Texte]

were able to get in fees. Therefore our guarantee stayed the same, but our fees were increased by 4.5%.

So until just recently the answer to your question was yes, we were able to get an increase in the guarantee every two years. But recently we have had a problem getting it, and we had to accept the same guarantee as we have had for the last two years.

Mr. Caldwell: Well, if you got basically the same contract, but the number of variety shows has been decreasing, what are they doing with the money? Where are the AF of M employees being employed?

Mr. Wood: Mostly, as far as television is concerned, on specials and background for dramas. For an awful lot of the dramas and documentaries produced, the background music is produced here and recorded by our members.

In the case of radio there has not been any decrease at all. They are still doing the same numbers of concerts as they ever did. The studio work is down, but the overall employment is not down.

Mr. Caldwell: Mr. Wood, one of our previous witnesses talked about the possible constraint the AF of M puts on the CBC's using using Canadians. CBC has to use Canadian music, as I understand what they are saying. For example, the Canadian League of Composers said the CBC can only play a concert performance of a Canadian composer twice. Is this correct?

• 1140

Mr. Wood: Under the union agreement the CBC has the flexibility to play a concert 10 times if it wants to. No one is stopping them. Certainly not us.

Mr. Caldwell: What would be the fees on each of those?

Mr. Wood: In one particular part of the agreement, they get two plays on the AM network and two plays on the FM network. In another part they can contract for three plays. If they do not do it this way, then every time it is played, it is a 50% fee to the musicians. They can play it as many times as they like.

Mr. Caldwell: There is a 50% fee after the second one. It is 50% for two or more. Therefore there is a bit of a constraint. It would be costly to get a replay on those.

Mr. Wood: I suppose you could say it, yes. Our business is to have the musicians paid, not to let them perform without fee.

Mr. Caldwell: I agree, Mr. Wood. I do not think there are too many musicians in Canada who are making a tremendous living at doing it.

Mr. Wood: There sure are not.

[Traduction]

des redevances. La garantie est donc la même mais nos redevances sont montées de 4,5 p. 100.

Jusqu'à tout récemment, j'aurais répondu oui à votre question, nous obtenons une augmentation de la garantie tous les deux ans. Mais récemment, nous avons eu du mal à l'obtenir et nous avons dû accepter la même garantie que nous avions pour les deux années précédentes.

M. Caldwell: Eh bien, si votre contrat reste essentiellement le même, mais que le nombre d'émissions de variétés baisse, à quoi sert l'argent? Les employés de la AFM travaillent à quoi?

M. Wood: Eh bien, pour la télévision, on s'occupe d'émissions spéciales et de la trame des dramatiques. La trame sonore d'un très grand nombre de dramatiques et de documentaires est produite ici et enregistrée par nos membres.

Dans le cas de la radio, il n'y a pas eu du tout de baisse. Nos membres donnent le même nombre de concerts que toujours. Il y a moins de travail en studio, mais dans l'ensemble, nous avons le même nombre d'employés.

M. Caldwell: Monsieur Wood, l'un des témoins qui vous a précédé a laissé entendre que l'AFM ne laissait pas la SRC embaucher des Canadiens. Si je comprends bien, la SRC doit diffuser de la musique canadienne. La Ligue canadienne des compositeurs nous a signalé, entre autres, que la SRC ne peut diffuser plus de deux fois le même concert de musique canadienne. Est-ce bien le cas?

M. Wood: D'après l'accord avec le syndicat, la Société Radio-Canada peut jouer un concert 10 fois si elle le souhaite. Personne ne l'en empêche, certainement pas nous.

M. Caldwell: Quels seraient les droits d'exécution dans chaque cas?

M. Wood: En vertu d'une des clauses de l'accord, ils peuvent passer deux fois sur les réseaux MA aussi bien que MF. L'accord stipule aussi qu'ils peuvent obtenir un contrat pour être diffusés trois fois. S'ils ne procèdent pas ainsi, à chaque fois que les concerts sont diffusés, les musiciens doivent recevoir un droit de 50 p. 100. Mais là, la Société peut les diffuser autant de fois qu'elle le souhaite.

M. Caldwell: Il y a un droit de 50 p. 100 après la deuxième diffusion. Il s'agit de 50 p. 100 pour deux diffusions ou plus. Il y a donc une certaine contrainte. Ce serait coûteux que de repasser ces enregistrements.

M. Wood: Sans doute, en effet. Notre travail est de faire en sorte que les musiciens soient payés et non pas de les laisser se produire sans être rétribués.

M. Caldwell: Je suis d'accord, monsieur Wood. Je ne pense pas qu'il y ait trop de musiciens au Canada qui gagnent excessivement bien leur vie grâce à leur métier.

M. Wood: Sûrement pas.

[Text]

Mr. Caldwell: The problem is that it is expensive for a radio station to do it. If you go by the American Federation of Musicians fees and do everything upfront, it is a very expensive proposition for a radio station to, say, hire a four-piece band if it wants to do a concert. It is expensive for some of the smaller radio stations and even the smaller CBC locations to do it.

Mr. Wood: There are local rates in every city in this country.

Mr. Caldwell: You also have local musicians who say they would love to be able to play a concert on the CBC or the local radio station. These are musicians who certainly are not making a lot of money. The CBC or the AF of M contract is pretty attractive to them. They would like to get it but they would even play for sometimes less than this.

Mr. Wood: If you are talking about local stations, the AF of M allows each local in every city to negotiate with their own local station. Many of them do it. The fee structures, I have to tell, you are not only low but also disastrously low. There is not any constraint on any one of our locals across the country, of which we have 38, and many of them have local agreements with their local stations.

Just as recently as yesterday I had a call from Calgary. They have an agreement with their local station in Calgary, which is a non-CBC station and they also have a television station with which they have a local agreement. I was called yesterday because they wanted to make a deal on a syndication. I agreed to it after we worked out the dollars. The original fee to do the actual program, which was a half-hour program, was \$38 a musician. This was the local, original fee. If you think that a musician is not worth any more than \$38 to do a one-hour program on a local station, it is as low as you can go in my opinion.

Mr. Caldwell: Mr. Wood, you mentioned in your brief—and I am not sure why you did mention it—that you do not make interventions other than the last one. Was it CBC Radio renewal?

Mr. Wood: Yes.

Mr. Caldwell: Why have you not been going there working on behalf of musicians to push the CRTC? Was there some reason you were not doing it?

Mr. Wood: Yes, I think there is a very good reason why I was not doing it. To begin with, it is very time consuming. I am a very busy man. We do not have a big staff in this country and our locals are autonomous unto themselves. Our situation is different from that for ACTRA and actors equity, for example. Our office is only the head office in Canada. All the locals have their own autonomy. They have their own boards and their own staff, etc. We are not set up as a national organization as

[Translation]

M. Caldwell: Le problème c'est que ce genre d'activité est coûteux pour une station de radio. Si elle applique les droits fixés par votre Fédération pour tout faire initialement, il lui revient très cher d'engager par exemple un orchestre de quatre musiciens qui voudraient donner un concert. C'est une activité coûteuse pour certaines des plus petites stations de radio, et même dans les plus petites stations de Radio-Canada.

M. Wood: Dans ce pays, il existe des tarifs locaux dans chaque ville.

M. Caldwell: Il y a aussi les musiciens locaux qui disent qu'ils aimeraient pouvoir être diffusés sur Radio-Canada ou sur des stations de radio locales. Ils ne gagnent sûrement pas beaucoup d'argent et un contrat de Radio-Canada ou de la Fédération des musiciens des États-Unis et du Canada les intéresse beaucoup. Ils voudraient l'obtenir, mais ils seraient même prêts à se produire parfois pour moins que cela.

M. Wood: Si vous parlez de stations locales, la Fédération des musiciens des États-Unis et du Canada autorise chaque section syndicale dans chaque ville à négocier avec sa station locale. Beaucoup le font, mais ils touchent des droits d'exécution qui sont extrêmement bas. Nous avons 38 sections syndicales dans tout le pays, aucune n'est assujettie à des restrictions, et beaucoup d'entre elles ont passé des accords locaux avec leurs stations locales.

Rien qu'hier, des musiciens m'ont appelé de Calgary. Ils ont passé un accord avec leur station locale de cette ville, station non affiliée à la Société Radio-Canada, et ils ont aussi conclu une entente locale avec une station de télévision. Ils m'ont appelé hier parce qu'ils voulaient conclure une entente pour être diffusés sur plusieurs stations. J'y ai consenti après que nous ayons réglé la question financière. Le droit d'exécution initial pour le programme d'une demi-heure était de 38\$ par musicien. C'était le droit local initial. Si vous pensez qu'un musicien ne vaut pas plus que 38\$ pour un programme d'une demi-heure à une station locale... J'estime qu'on ne peut pas être payé moins que cela.

M. Caldwell: Monsieur Wood, vous dites dans votre mémoire—je ne vois pas très bien pourquoi—que vous n'avez pas fait d'autre intervention que la dernière. Était-ce pour le renouvellement de la radio de la SRC?

M. Wood: Oui.

M. Caldwell: Pourquoi n'avez-vous pas exercé des pressions auprès du CRTC au nom des musiciens? Aviez-vous des raisons pour ne pas intervenir?

M. Wood: Oui, et une très bonne. Pour commencer, cela exige énormément de temps. Je suis très occupé. Nous ne disposons pas d'un très grand personnel au Canada, et nos sections locales sont autonomes. Notre situation est différente de celle de l'ACTRA, par exemple. Notre bureau n'est que le siège social au Canada et toutes les sections locales sont autonomes. Elles ont leur propre conseil d'administration, leur personnel et ainsi de suite. Contrairement à d'autres organisations, la nôtre n'est pas

[Texte]

other organizations are. Therefore we do not have the time and we do not have the staff. Moreover, I am not sure it would have been too successful anyway.

Mr. Caldwell: Just as a point of interest, where does the majority of your income come from? Does it still come from the broadcasting industry or does it come from the union nightclubs or union halls?

• 1145

Mr. Wood: In the broadcasting industry itself, in total it would be somewhere in the area of \$20 million.

We then get into the commercials, radio and television commercials, which is a big industry for us in this country. That alone is approximately \$9 million or \$10 million. We then get into nightclubs and that particular situation is about \$40 million. The casual dance jobs, banquets and dances and that type of thing on a casual basis, make up the rest of it, the total of which is approximately \$90 million.

Mr. Caldwell: What would be the percentage of musicians, say, in Toronto who would be members of the AF of M? Do you have any idea?

Mr. Wood: The membership in the Toronto local is slightly over 6,000. To the best of their knowledge and mine as well, we have no idea of how many non-members there are, but we can tell you this: there are no non-members in the broadcasting industry, there are no non-members in the recording industry or the commercial announcements agreement. Our agreements are very, very clear; they cannot hire non-members.

In that area there are no non-members. In the club field, when you come into the small clubs around, there might be a few non-members. However, once they get into the recording industry, they become members. The percentage is therefore quite small.

Mr. Caldwell: I have just one final comment or question. You said that there should be more variety shows and I assume you mean basically musical variety shows, along with some of the other things. However, Mr. Woods, I do not think we can also buck trends. The Americans, I think for the first time in many years, have gone back to try a musical variety show in prime time with Dolly Parton.

Mr. Wood: I saw it.

Mr. Caldwell: I have not seen it yet, but I understand she has lost weight.

Mr. Wood: She has.

Mr. Caldwell: I have not seen the ratings on it as to whether it has been successful or not. I think the CBC. . . I guess basically the last one left there from a strictly musical standpoint would be Tommy Hunter, and his show is still doing reasonably well.

[Traduction]

constituée comme un organisme national. Par conséquent, nous n'avons ni le temps ni le personnel nécessaires. En outre, je ne suis pas sûr que cela nous aurait vraiment avantagés.

M. Caldwell: A titre d'information, d'où provient la majorité de vos recettes? Encore de la radiodiffusion ou est-ce des boîtes de nuit ou des salles de fêtes syndiquées?

M. Wood: Pour ce qui est de la radiodiffusion, le total se situerait à environ 20 millions de dollars.

Il y a ensuite la publicité à la radio et à la télévision qui représente un gros secteur pour nous, au Canada. Cela représente déjà quelque 9 ou 10 millions de dollars. Il y a ensuite les boîtes de nuit avec 40 millions de dollars. Les orchestres pour danses, banquets et activités ce genre représentent le reste, avec un total d'environ 90 millions de dollars.

M. Caldwell: A Toronto, par exemple, combien de musiciens seraient membres de votre fédération? En avez-vous une idée?

M. Wood: Pour la section syndicale de Toronto, le nombre de membres est un peu plus de 6,000. Ni eux ni moi ne savons exactement le nombre de musiciens non syndiqués, mais nous pouvons vous dire ceci: il n'en existe pas dans l'industrie de la radiodiffusion, ni dans celle de l'enregistrement, pas plus que dans les annonces publicitaires. Nos accords sont très clairs à ce sujet: il est impossible d'embaucher des non-syndiqués.

Donc, pas de non-syndiqués dans ce domaine. Il peut y en avoir un peu dans le domaine des petits clubs. Cependant, ils deviennent membres dès qu'ils entrent dans l'industrie de l'enregistrement. Le pourcentage est par conséquent très minime.

M. Caldwell: Je voudrais faire une dernière remarque ou vous posez une question. Vous avez dit qu'il devrait y avoir plus de spectacles de variétés, et vous pensiez sans doute à des spectacles de variété musicale, entre autres choses. Cependant, monsieur Wood, je ne pense pas que nous puissions nous opposer à certaines tendances. Pour la première fois depuis de nombreuses années, les Américains ont essayé à nouveau une émission de variété musicale en période de grande écoute avec Dolly Parton.

M. Wood: Je l'ai vue.

M. Caldwell: Je ne l'ai pas encore vue, mais je crois savoir qu'elle a perdu du poids.

M. Wood: En effet.

M. Caldwell: Je n'ai pas vu les cotes d'écoute pour savoir si elle a eu du succès ou non. Je pense que Radio-Canada. . . Essentiellement, le dernier qui nous reste ici d'un point de vue strictement musical serait Tommy Hunter, et son spectacle réussit encore raisonnablement bien.

[Text]

However, the market has not been there for the musical variety type of program. You are not suggesting that, whether people want to watch it or not, you put it on.

Mr. Wood: No, I am not suggesting that. That is another reason I have not appeared before the CRTC. I have not at any time said to the CBC that they should produce this much variety, they should produce this much drama, etc. I have never said that in my career.

I do not tell producers how to produce their shows and I do not tell employers what kind of shows to produce. I understand the trends equally as well as anyone else does, so much so that right now I am worried about this business because of the electronic music devices. If something does not happen, we may all go down the drain.

Mr. Caldwell: As soon as you get rid of the discos in the clubs, I will be happy.

Mr. Wood: I would be happy myself.

Mr. Caldwell: And turn it down.

The Chairman: Thank you, Mr. Caldwell.

Just as a final parting note, I was interested in your reference to CFMX. Back in 1964 I negotiated with your colleague, Eddie Benz, in Edmonton, an agreement for the live broadcast of the Edmonton Symphony, the first such broadcast in stereo in Canada. We bargained hard and long and worked out an agreement on that. We negotiated an arrangement and I am wondering whether there is a scale for your musicians, a concert scale or not.

Mr. Wood: It is a concert scale. It is the lowest scale that the CBC has. That is what it is. The CBC have a three-tiered scale and it is the lowest scale they have.

The Chairman: I think it is something. For those who do not know CFMX, it is in Cobourg, Ontario, and it is a classical music station. It came through a rigorous and remarkable history and now seems to have established itself with the help of the cable presence in Metro Toronto, as something of a factor in the industry. I think they are to be congratulated for that kind of effort.

Mr. Wood: I agree.

The Chairman: Thank you very much, Mr. Wood for being with us today.

This meeting stands adjourned until 1.30 p.m.

AFTERNOON SITTING

• 1330

The Chairman: Good afternoon. We are to hear this afternoon from the TV Bureau of Canada, led by its

[Translation]

Cependant, ici le marché n'existe pas pour des émissions de type «variété musicale». Vous ne voulez sans doute pas dire qu'il faudrait en présenter, que les gens veuillent les voir ou non.

M. Wood: Non, pas du tout. C'est une autre raison pour laquelle je n'ai pas comparu devant le CRTC. Je n'ai jamais dit à la SRC qu'elle devrait produire tant d'émissions de variétés ou de pièces de théâtre, etc. Je n'ai jamais dit cela dans ma carrière.

Je ne dis pas aux producteurs comment ils devraient produire leurs émissions pas plus que je ne dis aux employeurs quel type de spectacle produire. Je comprends les tendances aussi bien que quiconque, à tel point que ce secteur me préoccupe actuellement en raison de tous les systèmes de musique électronique. Si rien ne se passe, nous risquons tous de tout perdre.

M. Caldwell: Dès que vous vous serez débarrassé des discos dans les clubs, j'en serai heureux.

M. Wood: Moi aussi.

M. Caldwell: Il faudrait aussi baisser le son.

Le président: Merci, monsieur Caldwell.

Un dernier mot avant de terminer: ce que vous avez dit à propos de CFMX m'a intéressé. Déjà, en 1964, j'ai négocié avec votre collègue, Eddie Benz, d'Edmonton, un accord pour la radiodiffusion directe de l'Orchestre symphonique d'Edmonton, et c'était la première radiodiffusion de ce genre en stéréo au Canada. Nous avons eu des négociations serrées et prolongées et nous avons finalement conclu un accord. Nous l'avons négocié, et je me demande s'il existe une échelle pour vos musiciens, une échelle pour les concerts.

M. Wood: En effet. C'est l'échelle la plus basse que possède la SRC. En effet. La SRC a une échelle avec trois paliers, et celle-ci est la plus basse.

Le président: C'est quand même quelque chose. Pour ceux qui ne savent pas qui est CFMX, c'est une station qui se trouve à Cobourg, en Ontario, et elle présente uniquement de la musique classique. Elle a eu des débuts très difficiles dont elle s'est remarquablement bien tirée, et actuellement elle semble bien établie grâce à la présence de la câblodistribution dans le grand Toronto, qui aide ce secteur. Je pense que cette station mérite d'être félicitée pour ses efforts.

M. Wood: Je suis d'accord.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Wood, d'être venu aujourd'hui.

La séance est levée jusqu'à 13h30.

SÉANCE DE L'APRÈS-MIDI

Le président: Bonjour. Nous allons entendre cet après-midi le Bureau de télévision du Canada, dirigé par son

[Texte]

président, Mr. Cam Fellman. Mr. Fellman, would you introduce your colleagues, please?

Mr. Cameron L. Fellman (President, TV Bureau of Canada Inc.): I have with me this afternoon Bill Weis, director of marketing and research services.

Without any further ado, the Television Bureau of Canada is pleased to have the opportunity to provide the committee with our observations concerning some of the issues surrounding the recommendations contained in the Caplan-Savageau report. We will limit our comments to those considerations that directly affect television and relate to the commercial advertising considerations of broadcast policy. The Television Bureau would also be pleased to provide the committee with additional information or sales data that might be requested as a result of our dialogue today.

In order to try to comply with your tight time schedule, we will only focus on seven topics. First, we will deal with the advertising revenue base. Our submission includes a set of tables that outlines advertising volumes in Canada, the U.S., and Australia. We have chosen these three countries because they are the three most comparable commercial broadcasting systems in the world.

We recognize that advertising is the lifeblood of the private Canadian television industry, and along with the taxpayer, a very important element to the public system. Advertising funds most of what Canadian broadcasters can do, including program production and program purchase. Currently, the television revenue base in Canada is approximately \$1.2 billion annually. To put this into perspective, the U.S., with a population nine and a half times that of Canada, enjoys a \$23 billion advertising revenue base. This is almost twice as much per capita, and it excludes the difference in value of the Canadian and U.S. dollars.

To put it another way, the total advertising expenditures for all media in the U.S. represent 2.43% of gross national product, while in Canada it is only 1.25%. To this extent, the television industry could be described as being much more developed in the U.S. than in Canada.

Perhaps surprisingly, Australia also has a television revenue base per capita that is considerably larger than ours. While there are a number of legitimate reasons that help explain the difference between Canada and the U.S., it is disconcerting that we do not anticipate that the gap between spending levels in Canada on a per capita or GNP basis will diminish significantly in the foreseeable future. Furthermore, while I do not want to be perceived as a doomsday soothsayer, some of my cohorts in the media advertising business are so concerned about the future of advertising that they are now attempting to test

[Traduction]

président, M. Cam Fellman. Monsieur Fellman, voudriez-vous présenter vos collègues, s'il vous plaît?

M. Cameron L. Fellman (président, Bureau de télévision du Canada Inc.): J'ai avec moi cet après-midi Bill Weis, directeur des Services de commercialisation et de recherche.

Sans plus tarder, je voudrais vous dire que le Bureau de télévision du Canada est heureux d'avoir l'occasion de présenter au Comité ses observations sur certaines des questions que posent les recommandations présentées dans le rapport Caplan-Savageau. Nous limiterons nos remarques aux considérations qui touchent directement la télévision et qui concernent les questions de publicité de la politique de radiodiffusion. Le Bureau de la télévision serait aussi heureux de fournir au Comité des renseignements supplémentaires ou des données sur les ventes dont vous pourriez avoir besoin à la suite de notre dialogue d'aujourd'hui.

Pour nous en tenir à votre emploi du temps assez serré, nous ne traiterons principalement que de sept questions. Nous examinerons d'abord les recettes publicitaires. Notre mémoire présente un ensemble de tableaux qui présentent les volumes de la publicité au Canada, aux États-Unis et en Australie. Nous avons choisi ces trois pays parce qu'ils présentent les trois structures de publicité commerciale les plus comparables au monde.

Nous reconnaissons que la publicité constitue un élément crucial pour l'industrie privée de la télévision au Canada et avec l'apport des contribuables, c'est aussi un élément très important pour le système public. La publicité subventionne la plus grande partie de ce que peuvent faire les radiodiffuseurs canadiens, y compris la production et l'achat d'émissions. Actuellement, l'assiette de revenu de la télévision au Canada représente environ 1,2 milliard de dollars par an. Pour situer les choses en perspective, je rappellerai que les États-Unis dont la population est neuf fois et demie celle du Canada ont une assiette de revenu de publicité de 23 milliards de dollars. C'est donc pratiquement le double par habitant, sans tenir compte de la différence entre la valeur des dollars canadiens et américains.

Autrement dit, les dépenses totales de publicité pour tous les médias aux États-Unis représentent 2,43 p. 100 du Produit national brut, tout en n'étant que de 1,25 p. 100 au Canada. Dans cette mesure, on pourrait dire que l'industrie de la télévision est beaucoup plus développée aux États-Unis qu'au Canada.

Cela vous surprendra peut-être, mais l'Australie a aussi par habitant une assiette de recettes de télévision beaucoup plus vaste que la nôtre. Bien que beaucoup de raisons valables puissent expliquer la différence entre le Canada et les États-Unis, nous ne prévoyons malheureusement pas que la différence de niveau de dépenses au Canada par habitant ou sur la base du PNB diminuera beaucoup dans un avenir prévisible. En outre, bien que je ne veuille pas être perçu comme un oiseau de malheur, je peux vous dire que certains de mes confrères du secteur de la publicité dans les médias sont si

[Text]

the hypothesis that media advertising is a mature if not declining industry. Whether or not this hypothesis can be verified, there are a number of factors present in our economy and society today that do not bode well for the media advertising business.

The challenge before my organization, and for that matter all of us involved in advertising in the media, is to try to prevent this trend from becoming a long-term reality.

In the task force recommendations under chapter 29, "Financing the Task Force Proposals," 29.4 referred to government advertising. Restricting government advertising to domestically produced programs reflects a total ignorance of the purposes of advertising and the media planning process. This type of policy would promote inefficient media expenditures, which, quite frankly, is a misappropriation of the taxpayer's dollar. Furthermore, if there was a particular target group that could not be reached on Canadian programming, or if that programming was in a sold-out position, those advertising dollars could be forced out of television into other media.

The next point is the 150% tax deduction concept. The introduction of this type of special tax deduction incentive in certain kinds of designated Canadian productions introduces a distortion into the media planning, buying, and accounting processes. TVB is not at all certain that the trickle-down effect of this kind of proposal to help finance other task force proposals is realistic. In fact, it is highly unlikely to increase television advertising spending, and almost certain to increase the cost of doing business. Finally, it could even invite distortion of the pricing and billing system in order to provide an advertiser with a higher tax deduction.

• 1335

Third, the licence fee and rebate concept: In our view, this type of "off-the-wall" concept may be fine for a brainstorming session; but, from what we have seen, it does not deserve any serious discussion until the group proposing the idea takes the time and effort to articulate the concept and demonstrate how it would enhance the long-term objectives of the Canadian broadcast system and also satisfy the practical and pragmatic conditions of maintaining a healthy industry.

Fourth, Bill C-58 and cable simulcasting: We believe these policies are an important cornerstone in supporting the Canadian distribution system. In other countries, like the U.K. and Australia, U.S. programming is also purchased as popular entertainment fare. But in those countries they control all of the hours tuned and therefore their national inventory. They decide what U.S. programming to import and when to run it. We do not

[Translation]

préoccupés quant à l'avenir de la publicité, qu'ils essaient maintenant de vérifier l'hypothèse selon laquelle ce secteur a atteint son apogée pour commencer peut-être son déclin. Que cette hypothèse puisse se vérifier ou non, il n'en existe pas moins dans notre économie et dans notre société actuelle des signes qui sont de mauvais augure pour le secteur de la publicité dans les médias.

Le défi auquel est confrontée mon association—et à cet égard, tous ceux qui participent à la publicité dans les médias—est d'essayer d'empêcher cette tendance de devenir une réalité à long terme.

Dans les recommandations du Groupe de travail, au chapitre 29—Le financement de nos recommandations—29.4 traite de la publicité gouvernementale. Limiter cette dernière aux programmes produits sur le plan intérieur fait état d'une méconnaissance totale des objectifs de la publicité et du processus de la planification des médias. Ce type de politique aboutirait à des dépenses inefficaces pour les médias, laquelle, très franchement, représente une malversation des deniers publics. En outre, s'il était impossible de viser un groupe cible donné dans des émissions canadiennes, ou si ces dernières étaient épuisées, ces fonds de publicité pourraient être retirés de la télévision pour être versés à d'autres médias.

Je parlerai ensuite du principe de la déduction d'impôt à 150 p. 100. Adopter ce type d'incitation fiscale pour certaines catégories de productions canadiennes désignées ne peut que déséquilibrer la planification des médias, les achats et les procédures comptables. Le BTC n'est pas du tout certain que l'effet de ruissellement ce type de proposition pour contribuer à financer d'autres propositions du groupe de travail soit réaliste. En fait, il est très douteux que les dépenses de publicité télévisée en soient accrues, contrairement au coût de ce secteur, qui ne pourra qu'augmenter. Finalement, cette méthode pourrait même inciter les annonceurs à manipuler le système de prix et de facturation pour obtenir de plus grandes déductions d'impôt.

Troisièmement, le concept de redevances et de rabais: selon nous, ce principe farfelu peut être acceptable en séances de remue-méninges; mais d'après ce que nous avons vu, il ne mérite pas d'être sérieusement discuté à moins que le groupe qui le propose ne prenne le temps et ne fasse l'effort de démontrer ce principe et de montrer comment il pourrait rehausser les objectifs à long terme du système canadien de radiodiffusion tout en respectant les conditions pratiques et pragmatiques du maintien d'une industrie saine.

Quatrièmement, le projet de loi C-58 et la diffusion en jumelé sur câblodistribution: nous estimons que ces politiques sont un élément très important pour appuyer le système canadien de distribution. D'autres pays comme le Royaume-Uni et l'Australie achètent des émissions américaines qui constituent un divertissement populaire. Mais ces pays contrôlent toutes les heures de programmation et par conséquent leur inventaire

[Texte]

have that same luxury. If we do not deliver U.S. programming on our own broadcasting system, then it will arrive here intact from the U.S. broadcasting system. The practical fact is that you cannot close off that border. Our society and technology just would not allow it.

The amount of advertising inventory the television industry has to sell is a direct reflection of the total hours tuned. The more hours tuned, the more inventory there is to sell. Canada, in total, lags behind the U.S. in total hours tuned. Total Canadian tuning is about 25 hours a week, versus 28 to 29 in the U.S. Therefore, in gross terms, we have marginally less inventory. However, of Canada's 25 hours' tuning per week, 5 to 6 of those hours on average are tuned to U.S. spill stations, thereby reducing our inventory to 19 to 20 hours, versus the U.S. 28 to 29 hours. In net terms, we have substantially less inventory than the U.S.

Canadian stations buying U.S. programs are given an exclusive licence to those programs and the potential ad revenue in Canada. U.S. stations are not licensed to serve Canada. When Bill C-58 was introduced, it immediately cut over 50% of ad expenditures that were drifting across the border. At the time, the greatest impact was felt in Toronto from the Buffalo spill stations and in Vancouver from the Seattle stations. However, today the situation is much more widespread and is representative of most Canadian markets.

Before simulcasting was introduced and before cable reached virtual saturation in Canada, the U.S. stations enjoyed almost a 30% share of Canadian television audiences. Since the implementation of simulcasting, that share has been reduced to just over 20%.

Fifth, non-simulcast program substitution and eliminating U.S. signals on basic cable for U.S. operators who solicit advertising in Canada: We were asked to supply our observations concerning these two potential policies. Simulcasting is a relatively transparent tool to assist the Canadian distribution system. Adopting these other two techniques would make the policy much more apparent, and, in fact, black at times. The key question about these policies has to do with weighing the real benefits against the potential aggravation and disruption it may cause by having stations go blank at periods of time and the outrage from the public over having certain U.S. signals cut off their cable system. We doubt that the benefits would outweigh the potential public aggravation, and, perhaps, outcry.

[Traduction]

national. Ils décident quelles émissions américaines importer et quand les présenter. Nous ne sommes pas aussi privilégiés. Si nous ne présentons pas d'émissions américaines sur notre propre système de radiodiffusion, elles nous arrivent directement et intactes grâce au système de radiodiffusion américain. Le fait est qu'il est impossible de fermer cette frontière. Ni notre société ni notre technologie ne l'autoriseraient.

Le volume de l'inventaire de publicité que l'industrie de la télévision doit vendre est en rapport direct avec le total des heures d'émissions présentées. Plus le total est élevé, plus l'inventaire à vendre l'est aussi. Au total, le Canada est à la traîne des États-Unis quant au total des heures présentées. Au Canada, ce dernier est d'environ 25 heures hebdomadaires par rapport à 28 ou 29 aux États-Unis. Par conséquent, en gros, notre inventaire est plus réduit. Cependant, sur les 25 heures hebdomadaires que présente le Canada, en moyenne, cinq à six proviennent de stations américaines, ce qui réduit notre inventaire à 19 ou 20 heures par rapport à 28 ou 29 aux États-Unis. En termes nets, notre inventaire est donc beaucoup moins élevé que celui des États-Unis.

Les stations canadiennes qui achètent des programmes américains se voient accorder la licence exclusive pour ces programmes et pour les recettes publicitaires éventuelles au Canada. Les stations américaines n'ont pas de licence pour desservir le Canada. Lorsque le projet de loi C-58 a été présenté, il a immédiatement réduit de 50 p. 100 les dépenses publicitaires qui passaient de l'autre côté de la frontière. Par ailleurs, les plus grandes répercussions se sont manifestées à Toronto à cause des stations de Buffalo et à Vancouver à cause de celles de Seattle. Cependant, aujourd'hui, la situation est beaucoup plus généralisée et elle se manifeste dans la plupart des marchés canadiens.

Avant l'existence de la diffusion simultanée et avant que la câblodistribution ait pratiquement saturé le Canada, les stations américaines bénéficiaient d'environ 30 p. 100 de l'auditoire de la télévision canadienne. Depuis l'existence de la diffusion simultanée, cette proportion est tombée à pratiquement 20 p. 100.

Cinquièmement, la substitution des émissions qui ne passent pas en diffusion simultanée et la suppression des signaux américains sur câble de base pour les exploitants américains qui voudraient obtenir de la publicité au Canada: on nous a demandé de présenter nos observations sur ces deux politiques éventuelles. La diffusion simultanée représente un outil relativement simple pour aider le système canadien de distribution. Adopter ces deux autres techniques rendrait la politique beaucoup plus claire et plus précise. La question essentielle à cet égard est de déterminer les avantages réels par rapport au mécontentement éventuel et aux interruptions qui pourraient en découler lorsque des stations interrompraient leurs émissions à certains moments; de plus, le public serait scandalisé si certains signaux américains interrompaient leur système de câblodistribution. Nous doutons fort que les avantages

[Text]

Sixth, carriage versus content: In February 1986 the CRTC issued its regulation with respect to its review of non-programming services and cable advertising. In spite of the "camel in the tent" warnings and protests of the broadcast industry, including ourselves, cable was granted the right to carry alphanumeric services on an unlicensed basis.

The flagrant abuses of the spirit of this ruling by CHSN, in its use of moving pictures, only serves to reinforce the need to provide more hard and fast policy that prevents the cable operators from controlling content. It is the programmer and the broadcaster, not the carrier, who are important to the achievement of Canada's broadcasting policy. The action of certain cable operators with respect to CHSN clearly demonstrates the need to separate carriage from content.

Seventh, programming: Most of the concern and discussion by non-industry people and public interest groups tend to revolve around the preservation and stimulation of Canadian culture through more Canadian programming. Here we want to make two points. First, what kinds of programming types are most important in the preservation and stimulation of Canadian culture? I have never seen any conceptual or scientific analysis that provides us with direction in prioritizing these program types. Perhaps it is time for some policy-makers to take on this task. Our concern is that there appears to be an over-emphasis today on entertainment programming and its effect on culture, when in fact we believe that news, public affairs, and documentaries have much more effect on our cultural identity.

• 1340

The programming types that fall in the entertainment end of the spectrum are dominated by American productions and are preferred by viewers world-wide, not just in North America. In devising policy for our broadcast system this fact should be taken into account in a positive way to enhance the total system. Our pockets are not deep enough to compete head-on in prime time and win day in and day out. Of all the nations in the world, even if we wanted to, we cannot avoid it. Let us exploit it. Thank you very much.

Mr. Caldwell: Thank you very much, Mr. Mr. Fellman and Mr. Weis. I must compliment you on your brief. We have been at this for a few months and a new wrinkle always shows up. Why is the advertising base in Canada proportionately much lower than in the United States?

[Translation]

l'emportent sur le mécontentement éventuel du public qui serait peut-être scandalisé aussi.

Sixièmement, l'acheminement par rapport au contenu: en février 1986, le CRTC a adopté un règlement après avoir examiné les services hors programmation et la publicité télédiffusée. En dépit des avertissements et des protestations nombreuses de l'industrie de la radiodiffusion, les nôtres y compris, les entreprises de câblodistribution se sont vues accorder le droit d'acheminer des services alphanumériques sans détenir de licence.

Les abus flagrants de l'esprit de cette décision par CHSN, qu'il a utilisée pour des films, ne sert qu'à renforcer le besoin de politique plus sévère afin d'empêcher les entreprises de câblodistribution de contrôler le contenu des émissions. Ce sont les responsables des programmes ainsi que les radiodiffuseurs, et non les exploitants, qui sont importants pour concrétiser la politique canadienne de radiodiffusion. Ce qu'ont fait certaines entreprises de câblodistribution avec CHSN montre bien la nécessité de séparer le contenant du contenu.

Septièmement, la programmation: des gens extérieurs à ce secteur ainsi que des groupes d'intérêts, parmi le public, ont surtout discuté de la nécessité de maintenir et de stimuler notre culture grâce à un plus grand nombre d'émissions canadiennes. Là, nous voudrions dire deux choses: tout d'abord, quels types d'émissions sont les plus importantes pour préserver et stimuler notre culture? Je n'ai jamais vu d'analyse conceptuelle ou scientifique qui présente ces programmes selon un ordre de priorité. Il est peut-être temps que les technocrates endossent cette responsabilité. Notre préoccupation est que l'on semble insister exagérément aujourd'hui sur des émissions de divertissement et sur leurs répercussions sur la culture alors qu'en fait nous estimons que des émissions d'information et de discussions politiques, des documentaires, ont beaucoup plus d'effet sur notre identité culturelle.

Les émissions de divertissement sont dominées par les productions américaines et préférées par tous les spectateurs au monde, pas seulement en Amérique du Nord. Dans la conception d'une politique sur notre système de radiodiffusion, nous devons tenir compte de ce fait de façon positive, afin d'améliorer tout ce secteur. Nous n'avons pas suffisamment d'argent pour concurrencer notre adversaire aux heures de grande écoute pour gagner chaque jour. Par rapport aux autres pays, notre situation est bien spéciale, et même si nous le voulions, nous ne pourrions éviter la concurrence. Autant exploiter la situation. Je vous remercie beaucoup.

M. Caldwell: Merci beaucoup, MM. Fellman et Weis. Je dois vous féliciter pour votre mémoire. Nous travaillons à cette question depuis quelques mois et de nouvelles difficultés se présentent toujours. Pourquoi l'assiette publicitaire au Canada est-elle

[Texte]

Mr. Fellman: Let me cover a couple of things and then I will let Bill jump in. There are more advertisers in the U.S. Proctor & Gamble, while it markets an average of about 64 brands in Canada, has about 120 brands in the U.S. There are more products. They live in an economy which has a higher standard of living and affords them a greater number of products.

Another factor creeping into this economy of ours is the concentration of retailing. With the concentration of retailing we are seeing a diminishing number of new brands and a diminishing number of brands on the shelves. The national advertised brands are running into trouble in terms of their distribution. The concentration of retailing is having an effect.

Bill, perhaps you want to touch on a few other points in terms of things you have been looking at.

Mr. William E. Weis (Director of Marketing and Research Services, TV Bureau of Canada): A little analysis we conducted recently showed that there were 638 national advertisers on the U.S. networks in 1986. We did an analysis in Canada and, while we could not get exact numbers, we feel it is somewhere between the area of 150 to 200. More importantly and more accurately, only 80 of those advertisers represented any volume. In fact 80 advertisers accounted for 90% of all network volume in Canada. We are comparing 80 corporate advertisers to 638.

Moving to the brands, the economies of scale in the U.S. allow brands marketed by people like Proctor & Gamble and General Foods to sustain advertising budgets. There is a big enough consumer base with 245 million people to support advertising where those brands may be available in Canada, but they do not have the same volume to support advertising campaigns.

Mr. Caldwell: I know you are not in the newspaper business, but do advertisers in Canada have a higher proportion of ads in newspapers than Americans do?

Mr. Weis: In terms of all media, I think it is around 20%. It is about the same in the U.S. One country which is a little different is Australia. As a percentage of total advertising, a little more is in television in Australia. This underdevelopment is pretty well across all media.

Mr. Caldwell: Perhaps this has something to do with the Canadian psyche or Canadianism. We are not the market driven force they are in the United States. We

[Traduction]

proportionnellement beaucoup moins élevée qu'aux États-Unis?

M. Fellman: Je voudrais traiter de quelques aspects puis je demanderai à Bill d'intervenir. Il y a beaucoup plus d'annonceurs aux États-Unis: par exemple, alors que Proctor & Gamble commercialise en moyenne environ 64 marques au Canada, il en a environ 120 aux États-Unis. Il y a donc plus de produits. L'économie américaine est telle que les Américains ont un niveau de vie supérieur au nôtre et qu'ils peuvent se permettre un plus grand nombre de produits.

Un autre facteur qui se manifeste de plus en plus dans notre économie est la concentration de la vente au détail qui aboutit à une diminution du nombre de nouvelles marques et du nombre de marques en vente. Les marques nationales qui font l'objet de publicité traversent des difficultés pour ce qui est de leur distribution. La concentration de la vente au détail a donc des répercussions.

Bill, vous pourriez peut-être aborder quelques autres aspects à propos de questions que vous avez examinées.

M. William E. Weis (directeur des Services de commercialisation et de recherche, Bureau de la télévision du Canada): Une petite analyse que nous avons effectuée récemment a montré qu'il y avait 638 annonceurs nationaux dans les réseaux américains en 1986. Nous avons effectué une analyse pour le Canada et bien que nous n'ayons pu obtenir de chiffres exacts, ils devraient se situer entre 150 et 200. Mais je tiens à signaler surtout que seuls 80 parmi ces annonceurs représentaient un certain volume. En fait, 80 p. 100 des annonceurs représentaient 90 p. 100 de la totalité du volume des réseaux au Canada. Nous comparons 80 agences de publicité à 638.

Pour ce qui est des marques, les économies d'échelle aux États-Unis font en sorte que des marques commercialisées par Proctor & Gamble et General Foods bénéficient de bons budgets de publicité. Avec 245 millions d'habitants il y a suffisamment de consommateurs pour pouvoir faire de la publicité lorsque ces marques peuvent exister au Canada, sans qu'il y ait le même volume pour permettre des campagnes publicitaires.

M. Caldwell: Je sais que vous ne faites pas partie de la presse écrite, mais j'aimerais savoir si des annonceurs au Canada ont une plus grande proportion de publicité dans les journaux que les Américains?

M. Weis: Pour l'ensemble des médias, cela devrait représenter environ 20 p. 100. La proportion est pratiquement la même aux États-Unis. Un pays où c'est un peu différent est l'Australie. Et comme pourcentage de l'ensemble de la publicité, il y en a un peu plus qui se fait à la télévision en Australie. Ce sous-développement est pratiquement le même pour l'ensemble des médias.

M. Caldwell: Cela a peut-être quelque chose à voir avec la psychologie des Canadiens. Contrairement aux États-Unis, nous ne sommes pas poussés par le marché. On

[Text]

tend to be told we are not as aggressive in sales and these kinds of areas. Has it anything to do with it? It is not Canadian to go out and—

Mr. Fellman: It is not just that. If you take a look at the overhead costs of running an operation in Canada and you are keeping dollars here or, as a branch plant, delivering them back to the U.S., you tend to have a higher level of overhead against a slightly smaller, proportionately, level of potential sales. It has to give somewhere and it tends to give in areas like research and development and advertising.

Mr. Caldwell: If you go to the U.S. and want to use radio stations, they have them in towns and small villages where in Canada they simply would not exist, although the population may be the same. They tend to have a proliferation of radio stations, more than Canada. If a lot of towns in Canada were in the United States, they would probably have radio stations. What I am getting at is it is a different psyche. It is a different thing to go out there and sell and keep that station going.

• 1345

Mr. Fellman: You mean just sheer number of creates more competition, which creates more volume.

Mr. Caldwell: Well, no, I am not saying that either. I am just saying that the American gets out there and sells; it is market-driven, whereas in Canada we have the CBC receiving \$800 million a year which, if we did not provide that money, if we wanted to support another network in Canada, it would also have to be advertising and market-driven.

Mr. Fellman: There is no single explanation for it. Local advertising in the U.S., as we define it—and there are also these problems of definitions, what is local and what is national—but in the U.S. local advertising is about 28%, 29%. It is passed spot advertising, if you know the difference between network spot and local. It passed spot advertising this year. It will pass network advertising by 1991.

There are categories down there like local educational services, one of the fastest-growing categories. We do not have that here. Medical services, legal services, financial planning services. The banks in the U.S. are local; they are not national. Therefore their total category is much more developed than ours... more competition. The sheer fact that this country runs with fewer larger units... you are right; it reduces competition at that level, and therefore reduces our advertising spending. But it is not one of those factors; it is all of that put together, I think, that really leads us to this difference in spending levels.

[Translation]

nous dit en général que nous ne sommes pas suffisamment agressifs dans les ventes. Est-ce là la raison? Ce n'est pas dans la nature des Canadiens que d'aller. . .

M. Fellman: Ce n'est pas seulement cela. Si vous tenez compte de tous les frais généraux qu'implique l'exploitation d'une entreprise au Canada et si vous décidez de garder votre argent ici ou, comme succursale, de le renvoyer aux États-Unis, vous avez tendance à payer plus de frais généraux par rapport à un niveau de ventes éventuelles proportionnellement moindre. Il faut qu'il y ait des sacrifices quelque part, et en général c'est dans le domaine de la recherche et du développement et de la publicité.

M. Caldwell: Si vous allez aux États-Unis et que vous voulez utiliser des stations de radio, il y en a dans des villes et dans de petits villages alors qu'il n'en existerait simplement pas au Canada alors que la population peut être la même. Les États-Unis ont tendance à avoir énormément de stations de radio, plus qu'au Canada. Si beaucoup de villes du Canada se situaient aux États-Unis, elles auraient probablement des stations de radio. Je veux donc dire par là que la mentalité est différente. C'est autre chose que d'aller là-bas, de vendre et de maintenir les activités de la station.

M. Fellman: Autrement dit, le plus grand nombre crée plus de concurrence donc plus de volume.

M. Caldwell: Non, pas exactement. Je dis simplement que les Américains veulent vendre; les forces du marché s'exercent alors qu'au Canada, la SRC reçoit chaque année 800 millions de dollars et si nous ne lui versions pas cet argent, si nous voulions appuyer un autre réseau au Canada, elle devrait aussi faire de la publicité et accepter les forces du marché.

M. Fellman: Il n'existe pas une seule explication pour cela. La publicité locale aux États-Unis, d'après notre définition—et il faut aussi définir ce qu'on entend par locale et nationale—mais aux États-Unis, la publicité locale représente environ 28 ou 29 p. 100. Il s'agit de spots publicitaires, si vous voyez la différence entre les spots sur réseau et les spots locaux. Il y a donc eu cette année des spots publicitaires. Il y aura de la publicité sur le réseau d'ici à 1991.

Il y a d'autres catégories là-bas, comme les services éducatifs locaux, qui représentent l'une des catégories dont la croissance est la plus rapide. Nous n'en avons pas ici. Les services médicaux, juridiques, les services de planification financière. Les banques aux États-Unis sont locales et non nationales. Par conséquent, leur catégorie totale est beaucoup plus développée que la nôtre... la concurrence est plus forte. Le fait est que ce pays fonctionne avec moins de grandes unités... vous avez raison; cela réduit la concurrence à ce niveau avec par conséquent une diminution de nos dépenses de publicité. Mais ce n'est pas un seul de ces facteurs mais tous

[Texte]

Mr. Caldwell: Of course we have the CBC, which for many years prohibited certain types of advertising. Certain advertisers had problems getting their market out there—for example, I guess the toilet paper and some of the hygiene products. They are finally getting into that—

Ms McDonald: I wonder if you might expand a little bit more on your point on the 150% tax deduction proposal. You obviously have some negative remarks. You do not think it will be efficient. It is not at all certain that the trickle-down effect of this kind of proposal is realistic—

Mr. Fellman: I would have to ask whoever is thinking of devising it: What do they think it is going to do? What is the effect supposed to be?

Ms McDonald: Well, they obviously think that more Canadian programming is going to get funded as a result.

Mr. Fellman: I wish someone could help me through that trickle-down effect, because I do not see it happening.

Ms McDonald: You do not think there would be any additional advertising, or shifting to advertising for Canadian programming.

Mr. Fellman: If I am an advertiser, I am buying media weight. If I can get that at a lower price, that does not necessarily mean I am then going to go and spend more money in that medium. It means that I may have more money to do something else. And not only that, when it is such an indirect effect, the whole problem of trying to work back through and implant into the media buying and selling process this consideration of a tax deduction is very difficult to conceive of.

Secondly, you have all those non-profit, if you will. . . The government—there is no value for the government in that at all, because the government does not pay taxes. So wherever you have organizations that are in that position, it does not have any effect on them. We just do not think that kind of convoluted approach is going to have the effect that those people who are looking at it think it will.

Mr. Weis: In terms of a further explanation on the distortion in the pricing, for the longest period of time pricing of Canadian was slightly below U.S. in terms of raw dollar costs. However, in terms of cost efficiency or effectiveness to the advertiser, Canadian was far more expensive. Now various stations and networks, through a mixture of forced packaging that would force Canadian production to be bought along side the U.S., have in turn separated the prices a little more so that maybe we are moving closer to an equity on CBM, or cost efficiency of the U.S. versus Canadian. However, the demand is still for the U.S.

[Traduction]

ensemble qui aboutissent à cette différence de nos niveaux de dépense.

M. Caldwell: Naturellement, nous avons la Société Radio-Canada qui pour de nombreuses années a empêché certains types de publicité. Certains annonceurs avaient du mal à y vendre leurs produits, comme par exemple le papier hygiénique ou certains produits d'hygiène. Finalement ils entrent dans ce. . .

Mme McDonald: Pourriez-vous nous parler un peu plus de ce que vous dites de la proposition de déduction d'impôt à 150 p. 100. Vous aviez de toute évidence fait quelques remarques négatives. Vous ne pensez pas que ce sera efficace. Il n'est pas du tout certain que l'effet de ruissellement de ce type de proposition soit réaliste. . .

M. Fellman: Je voudrais poser cette question à ceux qui ont conçu cette proposition: quel résultat va-t-elle donner?

Mme McDonald: De toute évidence, ils ont pensé qu'elle permettrait à peu d'émissions canadiennes d'être subventionnées.

M. Fellman: Je voudrais que quelqu'un m'explique cet effet de ruissellement, car je n'en vois pas trace.

Mme McDonald: Vous ne pensez pas qu'il y aurait plus de publicité ou que l'on passerait maintenant à de la publicité pour des émissions canadiennes?

M. Fellman: Si je suis annonceur, je tiens compte du poids des médias lorsque j'achète. Si je peux obtenir un prix moindre, cela ne signifie pas nécessairement que je vais aller dépenser plus d'argent pour un médium donné. Cela signifie que je peux avoir plus d'argent pour faire quelque chose d'autre. Et pas seulement cela: lorsque l'effet est si indirect, il devient très difficile d'essayer de faire comprendre aux médias qui achètent et qui vendent que ces déductions fiscales sont une bonne chose.

En second lieu, il y a tous les organismes à but non lucratif si vous voulez. . . Le gouvernement—le gouvernement n'a aucun avantage à cela, puisqu'il ne paie pas d'impôt. Par conséquent, lorsque vous avez des organismes qui se trouvent dans cette situation, cette démarche ne les touche pas du tout. Nous ne pensons pas qu'une démarche aussi compliquée donne les résultats qu'imaginent ces technocrates.

M. Weis: Pour expliquer davantage la distorsion des prix, pendant très longtemps, ceux du Canada étaient légèrement inférieurs à ceux des États-Unis si l'on considère les coûts en dollars bruts. Cependant, le Canada était beaucoup plus coûteux si l'on envisage l'efficacité des coûts pour l'annonceur. Actuellement, diverses stations et divers réseaux, en imposant toutes sortes de présentations qui forceraient l'achat de productions canadiennes aussi bien qu'américaines, ont séparé un peu davantage les prix de sorte que sur le plan de l'efficacité les coûts canadiens se rapprochent de ceux des États-Unis. Cependant, la demande reste encore forte pour les produits américains.

[Text]

If it were to go even further and say that U.S. was costing more than the Canadian, we would probably see an equalling of the demand for U.S. versus Canadian. However, one of the things that struck us is that if this kind of a policy came into being, there could be a shift in the pricing strategies by advertisers, agencies and possibly even the broadcasters to charge advertising rates based on cost of production. Obviously we know it costs a broadcaster less to purchase a U.S. show than it does to produce his own. If he were to reflect pricing according to the cost of that production, we could see what is now maybe 80% of the dollars going to U.S.-produced programming and 20% to Canadian-produced programming. From an advertiser's standpoint it could switch around, 80% of the dollars could be assessed against Canadian programming and then subject to 150% tax. We do not know if that would happen but it was a concern and that is why we put that point in.

• 1350

Ms McDonald: I would like to get on to some of your points on programming. On page 5 you ask the question: What programming types are most important in the preservation and stimulation of Canadian culture? You suggest that there is too much emphasis on entertainment programming. I think you would find this committee would like to see more Canadian entertainment, as television is largely an entertainment medium, and we are concerned that there is so little Canadian programming. But if I understand you correctly, you say the Americans are good at it so we should not bother trying, we should just leave it up to them.

Mr. Fellman: No, it is not a matter of not trying, it is a matter of being realistic in that effort. The impression we get is that the word "more" will continue to be more. There will never be an end to the word "more". That is just not realistic policy in the sense that if you want to compete, it is a matter of dollars and cents in your programming unless you have a very magical concept. But it is dollars and cents and there is just no way that through prime time, seven days a week, this industry or this country could afford to compete head to head against American programming. We would lose.

Ms McDonald: However, we would certainly like to see very substantial increases in Canadian entertainment programming. Would you agree that substantial increases would indeed be feasible and desirable?

Mr. Fellman: My attitude toward that is to start to take a look at what we have to compete with. Let us look at it as an industry. You then have to take a look at those programs that are going to come across the border, whether we like it or not.

Ms McDonald: We are not talking about that. We are talking about having good Canadian programming.

[Translation]

Si les choses devaient aller encore plus loin, et si les produits américains coûtaient plus que les produits canadiens, nous assisterions probablement à un rééquilibre de la demande pour les deux pays. Cependant, l'une des choses qui nous a frappés est que si ce genre de politique entraine en vigueur, les annonceurs pourraient modifier leurs stratégies d'établissement des prix, et les agences et peut-être les radiodiffuseurs pourraient alors imposer des taux de publicité fondés sur les coûts de production. De toute évidence, nous savons qu'il en coûte moins cher à un radiodiffuseur d'acheter une émission américaine que d'en produire une lui-même. Si les prix devraient tenir compte du coût de la production, nous pourrions assister à une inversion de la distribution actuelle, où 80 p. 100 des montants publicitaires vont aux émissions américaines et 20 p. 100 aux émissions canadiennes, avec application d'une taxe de 150 p. 100. Nous ne savons pas si cela est plausible, mais c'est un sujet de préoccupation et c'est pourquoi nous en parlons.

Mme McDonald: Je voudrais aborder la programmation. A la page 5, vous posez la question de savoir quels types d'émissions comptent le plus aux fins de la préservation et de la stimulation de la culture canadienne. Vous dites que l'on met trop l'accent sur les émissions de divertissement. Nous, dans ce Comité, souhaiterions en voir davantage car la télévision est pour nous essentiellement un moyen de distraction et nous nous inquiétons de voir si peu d'émissions canadiennes de cette catégorie. Mais si je vous comprends bien, vous pensez que les Américains excellent dans ce genre d'émissions et qu'il ne faut donc quand même pas essayer de les concurrencer sur ce terrain.

M. Fellman: Non, il ne s'agit pas de renoncer mais il faut également être lucides. Notre impression est que lorsqu'on réclame «plus», ce «plus» est infini, qu'il n'y en aura jamais assez. Ce n'est tout simplement pas réaliste car, si l'on veut livrer concurrence, il faut en avoir les moyens, à moins de disposer d'une baguette magique. C'est une question de gros sous et il nous paraît absolument exclu qu'aux heures de grande écoute, nous puissions, sept jours par semaine, affronter directement les émissions américaines. Nous serions perdants.

Mme McDonald: Néanmoins, nous souhaitons une augmentation très sensible des émissions de divertissement canadiennes. Pensez-vous qu'une augmentation sensible soit possible et souhaitable?

M. Fellman: Je réponds en disant qu'il faut commencer par regarder ce que nous affrontons. Voyons ce que nous pouvons faire chez nous, puis regardons les émissions qui nous viendront de l'autre côté de la frontière, que nous le voulions ou non.

Mme McDonald: Ce n'est pas de cela que je parle. Il s'agit de faire de bonnes émissions canadiennes.

[Texte]

Mr. Fellman: Yes, but you can only do that in the context of having a viewer who has a choice between your station or your program and an alternative program.

Ms McDonald: What we are very concerned about is that Canadians do have the choice of seeing good, Canadian programming. Right now they do not have that choice because very seldom is it on the air at all. *Anne of Green Gables* and these Canadian ideas, Canadian performances, what have you, Canadians very seldom have that choice at all and we would like to see more of it. I am not quite sure if you are saying we should just abandon the field.

Mr. Fellman: It is not a matter of abandoning the field. I do not think any country in the world should abandon the field, but I think every country in the world has to look at what its resources are and assess those with regard to the kind of product and the quality of product that can be produced and attract a viewer.

Ms McDonald: Then could you be specific and positive instead of just pointing out the difficulties? Would you not agree that a substantial increase in Canadian programming would be desirable and feasible and that it is a policy-maker's job to figure out how to do it?

Mr. Fellman: No. I guess my reaction is you will not succeed, so why waste the money? Why try to go head to head on a continuous basis—

Ms McDonald: No, no, no. Look, I did not say we should have a country a tenth of the size of the U.S. having an identical amount of original Canadian programming as original American programming. I did not say that. So if you refute that, you are refuting something I did not propose. But I did say a substantial improvement.

Mr. Fellman: Okay, but "substantial" to me is just an indefinite term. If you could say we believe there should be five hours a week—

Ms McDonald: You be positive then. What would you say would be feasible and desirable? I am not even sure you are saying it is desirable, let alone feasible.

Mr. Fellman: It is desirable from a number of standpoints. It is desirable from a labour standpoint. It would be lovely to have a thriving production industry in this country. But again, we have to be realistic with respect to that.

Ms McDonald: Okay, but what is realistic in your book? What would be a realistic goal?

The Chairman: In 30 seconds please.

Mr. Fellman: Realistic is quality versus quantity and when you can successfully put on air shows that gain the kind of shares the American programming and entertainment side can get in prime time, fine, you have done it.

[Traduction]

M. Fellman: Oui, mais vous ne pouvez empêcher que le téléspectateur ait le choix entre votre station ou votre émission et une émission concurrente.

Mme McDonald: Ce que nous voulons faire, c'est donner aux Canadiens la possibilité d'opter pour de bonnes émissions canadiennes. Aujourd'hui, ils n'ont pas ce choix car les émissions canadiennes sont rares. *Anne of Green Gables* et toutes ces réalisations canadiennes n'existent qu'en petit nombre, si bien que les Canadiens ont rarement à choisir et nous voudrions leur donner le choix plus souvent. Or, j'ai plutôt l'impression que vous préconisez que nous renoncions par avance.

M. Fellman: Il ne s'agit pas de renoncer. Je pense que nul pays ne peut se permettre de renoncer, mais tous doivent jeter un oeil critique sur leurs moyens et voir quelle sorte de produit, quelle sorte de qualité ils peuvent se payer pour intéresser leurs téléspectateurs.

Mme McDonald: Pourriez-vous adopter une attitude plus positive et mettre le doigt sur les difficultés à surmonter? N'admettez-vous pas qu'il est souhaitable et possible d'accroître le nombre des émissions canadiennes et qu'il appartient aux responsables politiques de définir les moyens?

M. Fellman: Non. Ma position est que, puisqu'on court à l'échec, pourquoi gaspiller tout cet argent? Pourquoi vouloir sans cesse. . .

Mme McDonald: Non, non. Je n'ai jamais prétendu que notre pays, avec une population dix fois moindre que celle des États-Unis, puisse produire une quantité identique d'émissions. Je n'ai jamais prétendu cela. J'ai simplement parlé d'un accroissement substantiel.

M. Fellman: D'accord, mais qu'entend-on par «substantiel»? Si vous dites qu'il faudrait réaliser cinq heures par semaine. . .

Mme McDonald: Soyez donc positif. A votre avis, quel accroissement serait possible et souhaitable? Je ne suis même pas encore certaine que vous le jugiez souhaitable, et encore moins possible.

M. Fellman: C'est souhaitable à divers points de vue. C'est souhaitable du point de vue des syndicats et ce serait une bonne chose que d'avoir un secteur de la production florissant chez nous. Mais encore une fois, il faut savoir se montrer réalistes.

Mme McDonald: D'accord, mais c'est quoi être réaliste, selon vous? Qu'est-ce qui serait un objectif réaliste?

Le président: Il vous reste 30 secondes.

M. Fellman: Être réaliste, c'est privilégier la qualité par opposition à la quantité et, une fois que l'on parvient à réaliser des émissions qui obtiennent le même taux d'écoute que les émissions américaines, on a gagné.

[Text]

The Chairman: Thank you, Ms McDonald. Mr. de Corneille.

Mr. de Corneille: First of all, I want to express appreciation to you for your presentation. Perhaps you have been studying the situation, and also the CBC. I would like to ask for your views on what effect you think it will have on CBC advertising revenues when they are now moving to a 95%—or desiring to move to a 95%—Canadian content on the network. Talking in pragmatic terms, in terms of advertising revenues, what do you expect will be the result of that?

• 1355

Mr. Fellman: The problem with trying to be definitive about that is it depends on how good the programming is that they get, and the audience. It all comes down to straight numbers in terms of audience levels. The hours of tuning are the important factor that determines—

Mr. de Corneille: Let us suppose they stay with the same quality, etc., they have now, starting from a point of reference, what are your expectations of what will happen?

Mr. Fellman: If they can achieve the same level of audience, they will achieve the same level of revenue.

Mr. de Corneille: The same quality we have now, I am saying, and you are saying they will achieve the same level of revenue as they have now.

Mr. Fellman: If they can achieve the same audience. It is not level or quality, it is a matter of audience. There are an awful lot of people who look at television programming fare and say that it is awful stuff, but it gets large audiences. In that sense, it is not a matter of some evaluation of quality, it is more a question of viewers. If it gets the viewers it will get the dollars.

Mr. de Corneille: Maybe I should ask the question again, and perhaps you will hear what I am asking. If the CBC proceeds with its 95% content desires, what are you, as a business observer, anticipating will happen in terms of their revenues?

Mr. Weis: I cannot put a fixed number on it, but I would definitely suggest that their revenues would drop dramatically. They would be placing Canadian programs that may be of equal value to U.S. programs in terms of quality, but they will be competing against them head on in the same time period, in prime time. The U.S. have established audiences in that area. There will be no benefit of simulcasting to attract, to double up on the audiences, and so they will be sharing available audience, and therefore they will get less in total.

As an example, if they take *Dallas* off, where they were getting the benefit of the people trying to watch the U.S. version, and put something else on, people will still watch *Dallas*, maybe in a reduced number, and people will watch the CBC show, but it will not be as much as the

[Translation]

Le président: Je vous remercie, madame McDonald. Monsieur de Corneille.

M. de Corneille: Je voudrais tout d'abord vous dire combien j'ai apprécié votre exposé. Vous connaissez peut-être la réponse, surtout en ce qui concerne la SRC. J'aimerais savoir quelles seront, à votre avis, les conséquences sur les recettes publicitaires du passage à 95 p. 100 de contenu canadien. Sur le plan des recettes publicitaires, que pensez-vous qu'il en résultera?

M. Fellman: Tout dépend de la qualité de la programmation et du taux d'écoute. Au bout du compte, c'est le taux d'écoute qui prime. Le facteur important c'est le nombre de spectateurs. . .

M. de Corneille: Supposons que la qualité reste inchangée par rapport à aujourd'hui, qu'arriverait-il, à votre avis?

M. Fellman: Si la SRC parvient à conserver le même taux d'écoute, ses recettes ne changeront pas.

M. de Corneille: Vous dites qu'avec la même qualité d'émissions, le montant des recettes publicitaires restera inchangé?

M. Fellman: Oui, si le taux d'écoute reste le même. Ce n'est pas une question de niveau ou de qualité, c'est une question de taux d'écoute. Il y a beaucoup de gens qui vont regarder une émission et la juger parfaitement médiocre, alors que celle-ci va attirer un large auditoire. Il ne s'agit donc pas de juger de la qualité dans l'abstrait, il faut voir le taux d'écoute. Si une émission a un bon taux d'écoute, les annonces publicitaires s'y vendront bien.

M. de Corneille: Je vais peut-être reformuler la question afin que vous compreniez où je veux en venir. Si la SRC passe à 95 p. 100 de contenu canadien, que pensez-vous qu'il adviendra de ses recettes, en tant que spécialiste?

M. Weis: Je ne peux pas le chiffrer, mais je pense que ses recettes chuteraient spectaculairement. Elle diffusera des émissions canadiennes qui seront peut-être d'aussi bonne qualité que les américaines, mais qui vont devoir affronter une très dure concurrence aux heures de grande écoute. Les réseaux américains se sont taillé une part du marché dans ces tranches horaires. Il n'y aura plus l'avantage de la substitution simultanée pour doubler l'auditoire, il faudra donc partager celui-ci, ce qui signifie un taux d'écoute moindre.

Par exemple, si la SRC supprime *Dallas* et la remplace par une émission canadienne, beaucoup de gens vont continuer à regarder néanmoins *Dallas* sur une chaîne américaine, d'autres vont regarder la nouvelle émission de la SRC mais en nombre moindre que ceux qui regardaient

[Texte]

CBC had with *Dallas*, and therefore the revenue will drop down.

Mr. de Corneille: That is a helpful answer.

What was your view of the proposal of Global Television to set up a third network in view of this proposal by CBC to move in the direction of Canadianizing? Will that make more room? What are your views or observations about a third network coming in; and what would that bring us?

Mr. Fellman: We have not looked at that. I think you have Global coming up right after us, so I think it is more appropriate to ask the gentleman from Global that. We do not really get into that kind of assessment.

Mr. de Corneille: I see. Looking at the advertising revenue base, do you think there is room for a third television network in Canada, where Global has proposed—

Mr. Fellman: I guess at this point when we talk of a network you are talking about them networking existing stations.

Mr. de Corneille: Yes.

Mr. Fellman: I think the revenue base exists, as it does right now, and it will be shared among the players who are currently there. They will compete based upon the number of viewers they get on their station.

Mr. de Corneille: I was interested in your comments on page 5. You analysed that it would be very hard to go head to head with the Americans in terms of entertainment, but that there were specialized areas. Do you want to enlarge on how you see the opportunity for Canadian production to specialize, in what areas, and how we might go about doing that in order to generate that specialist line we can perhaps exploit in Canada? How do we go about market researching what will be effective?

Mr. Fellman: The main point we were wanting to make is that no matter who I talk to, or whoever asks me about this issue, they generally come at it in terms of entertainment and drama. In fact, the research we have, and I do not know whether the Environics Research is part of the material you have received, if you analyse that data you will find we are every bit as competitive as the U.S. in news, in public affairs, and that kind of programming.

Mr. de Corneille: And sports.

Mr. Fellman: And sports.

Mr. de Corneille: Anything else? Weather, I suppose.

Mr. Fellman: Yes. Information.

Mr. Weis: Anything of an information nature. Virtually 100% of the tuning is done to the Canadian version of that.

[Traduction]

auparavant *Dallas*, c'est-à-dire que les recettes publicitaires vont diminuer.

M. de Corneille: C'est une réponse utile.

Que pensez-vous du projet d'un troisième réseau de Global Television face à cette décision de la SRC de canadianiser? Pensez-vous que celle-ci créera davantage de place pour un troisième réseau éventuel et quels en seraient les avantages?

M. Fellman: Je n'y ai pas réfléchi. Je pense que vous allez recevoir les représentants de Global tout à l'heure et il vaudrait peut-être mieux leur poser la question directement. Nous n'avons pas vraiment d'opinion.

M. de Corneille: Je vois. En ce qui concerne les recettes publicitaires globales, pensez-vous qu'il y ait place pour un troisième réseau de télévision au Canada comme celui que propose Global. . .

M. Fellman: Lorsque vous parlez de réseau, il s'agit surtout d'intégrer des stations existantes dans un réseau.

M. de Corneille: Oui.

M. Fellman: C'est donc le même budget publicitaire global qui serait partagé entre le même nombre de concurrents qu'aujourd'hui. Ils auront à livrer concurrence sur la base du taux d'écoute de leur station.

M. de Corneille: J'ai été frappé par ce que vous dites à la page 5. Vous dites qu'il serait très difficile de livrer concurrence aux Américains sur le plan des émissions de divertissement mais que nous pourrions nous spécialiser. Pourriez-vous nous dire en quoi et comment faire pour exploiter les possibilités qui peuvent exister sur ce plan? Comment faudrait-il s'y prendre pour étudier ce marché?

M. Fellman: Ce que nous voulons surtout faire ressortir ici c'est que, chaque fois que l'on parle d'émissions canadiennes, on songe surtout aux émissions de variétés et aux dramatiques. Or, d'après nos données de recherche—et je ne sais pas si vous connaissez les résultats de *Environics Research*, on constate que nous sommes parfaitement compétitifs avec les États-Unis sur le plan des journaux télévisés, des magazines d'information et des émissions de cette sorte.

M. de Corneille: Et des sports.

M. Fellman: Et des sports.

M. de Corneille: Autre chose? La météo, je suppose.

M. Fellman: Oui. L'information.

M. Weis: Tout ce qui touche à l'information. La quasi totalité des Canadiens regardent les journaux télévisés canadiens.

• 1400

Mr. Fellman: The other thing that clearly has happened over the last two decades is that television has

M. Fellman: Une autre chose qui est intervenue durant les 20 dernières années, c'est que la télévision est devenue

[Text]

become the window on the world in terms of news and information, and we are quite clearly out-pacing the other major media in that regard.

The Chairman: I just want to challenge you with a very brief question. At the bottom of page 2 of your presentation, you are referring to this licence fee and rebate concept as an off-the-wall concept, which may be fine for a brainstorming session. You go on to refer to a group promoting the idea. Could you identify who that is?

Mr. Fellman: No, I cannot. The question has been raised and brought to our attention that there is some concept coming from somewhere of a licence and a rebate concept. I guess my concern is that a number of us within the industry are running around trying to figure out what is happening next and whose idea is coming out next, but very few of these ideas come with any complete kind of analysis, which you can then criticize or take a look at and see what you think the effect of it would be. We are often asked—

The Chairman: The Minister, Mr. Fellman, has challenged us to examine incentives and that kind of thing. Of course, we have been since May. However, I gather from your remarks that there is a cabal of people somewhere who are promoting this.

Mr. Fellman: I am only reacting to the questions I have had and the information I have heard. This is why I phrased it exactly that way. I do not know where it is coming from.

The Chairman: Wherever we look within the industry, we cannot find them. I wish I knew who they were.

Mr. Fellman: That is why I posed it the way I did.

The Chairman: You do not know, either.

Mr. Fellman: No.

The Chairman: Did you have a clarification question, Mr. Caldwell?

Mr. Caldwell: Yes, Mr. Chairman. I would like to just follow up on what Mr. de Corneille was saying on the CBC and the Canadianization. They are talking about a \$50 million a year budget to do this, most of it through aggressive advertising, and if the government does not give them any more money—and you are saying the revenues are going to drop—if they asked you for your opinion, what advice would you give them?

Mr. Fellman: You put me in a difficult position, because to some extent the CBC is an instrument of the public. If the public so wants to fund it in a certain direction, then so be it—

Mr. Caldwell: That is not my question, Mr. Fellman. Based on what you know and what you have said, before the CBC get into it, if they went to you, would you

[Translation]

la fenêtre sur le monde en ce qui concerne les nouvelles et l'information et nous gagnons manifestement du terrain sur les autres médias dans ce domaine.

Le président: Je voudrais vous mettre au défi avec une très brève question. A la page 2 de votre mémoire, vous parlez de cette idée d'abattement sur les droits de licence, qui paraît parfaite pour une séance de remue-méninges. Mais vous poursuivez en disant qu'un groupe a repris cette idée. Pourriez-vous nous dire de qui il s'agit?

M. Fellman: Non. C'est une idée qui a été lancée, cette notion de droit de licence qui pourrait faire l'objet d'un abattement. Le problème est que dans notre secteur, nous passons notre temps à essayer d'anticiper ce qui pourrait advenir, quelles idées pourraient bien être reprises et le problème c'est que très rarement celles-ci font l'objet d'une analyse concrète, que l'on pourrait critiquer et jauger. On nous demande souvent. . .

Le président: Monsieur Fellman, le ministre nous a demandé de réfléchir à des incitations et des choses de cette sorte. Nous le faisons depuis le mois de mai. Cependant, je déduis de votre remarque qu'il existe une sorte de cabale lancée par des gens qui préconisent cela.

M. Fellman: Je ne fais que réagir aux questions que l'on m'a posées et à ce que j'ai entendu dire. C'est pourquoi j'ai formulé ma position de cette façon. Je ne sais pas d'où vient cette idée.

Le président: Nul de ceux à qui nous posons la question ne le sait. J'aimerais bien savoir d'où cela vient.

M. Fellman: C'est pour cela que j'en ai parlé en ces termes.

Le président: Vous ne savez donc pas non plus.

M. Fellman: Non.

Le président: Monsieur Caldwell, avez-vous une précision à demander?

M. Caldwell: Oui, monsieur le président. J'aimerais revenir sur ce que disait M. de Corneille concernant la SRC et la canadianisation. La Société a avancé un budget annuel de 50 millions de dollars pour cet objectif, qui proviendrait essentiellement d'une augmentation des recettes publicitaires, et si le gouvernement ne leur donne pas davantage de crédits—et vous dites que les recettes publicitaires vont diminuer—quels conseils leur donneriez-vous s'ils vous en demandaient?

M. Fellman: Vous me placez dans une situation difficile car, dans une certaine mesure, la Société Radio-Canada est un instrument des pouvoirs publics. Si le public veut bien financer la SRC pour faire quelque chose, je n'ai rien à redire. . .

M. Caldwell: Ce n'est pas ma question, monsieur Fellman. D'après ce que vous savez, et compte tenu de ce que vous avez dit, si la SRC vous demandait conseil avant

[Texte]

suggest that they take another look, that they might be heading down the pipe?

The Chairman: Does the market help them? Is it there in the market?

Mr. Fellman: It is going to be very difficult for them.

The Chairman: Thank you very much.

Mr. Caldwell: It was actually Mr. Weis who made the comment.

The Chairman: Yes. Thank you very much, gentlemen.

Mr. Fellman: Thank you.

The Chairman: We are going to take a five-minute adjournment now to attend to some agenda business of the committee. A couple of us will be leaving the room, but we will be back in session in five minutes to hear the representatives from Global.

• 1405

• 1410

The Chairman: We welcome the witnesses from Global Television, led by the president of Global Communications, Mr. Paul Morton, who is accompanied by the chairman of the executive committee, Mr. Seymour Epstein.

Mr. Paul Morton (President, Global Communications, Global Television Network): Mr. Chairman, members of the committee, thank you for giving us this opportunity. If there are some areas you particularly want to dwell on, we could go right to questions.

The Chairman: I will ask Ms McDonald to begin.

Ms McDonald: I would like to begin with the third national network service. Global is in this in-between position now of being a network and a station, for different purposes. We are concerned about getting more Canadian programming on the air, something certainly networks, with the kind of money they have available to them, can do. What is the status of the Global network? Would Global try to arrange affiliation agreements with existing independents?

Mr. Morton: The answer is not necessarily. I think subsection 17.(2), on private television, really has to be looked at as part of the answer to this. If we are to improve our programming, resources are necessary, and even more so the aggregation of resources, which is the operative word. At this moment Global has to be competitive in securing its Canadian programming; let us set the foreign totally aside. If we are going to have Canadian programming that is going to be watched by our viewers, we have to be competitive with both CBC and CTV in working with the independent production community and acquiring that programming.

[Traduction]

de se lancer dans ce projet de canadianisation, la mettriez-vous en garde?

Le président: Le marché existe-t-il? Pourra-t-elle s'en tirer sur le marché?

M. Fellman: Ce sera très difficile.

Le président: Je vous remercie.

M. Caldwell: C'est, en fait, M. Weis qui avait dit cela.

Le président: Oui. Je vous remercie, messieurs.

M. Fellman: Je vous remercie.

Le président: Nous allons faire une pause de cinq minutes pour régler quelques points de procédure interne. Un certain nombre d'entre vous vont quitter la salle. Mais nous serons de retour dans cinq minutes pour entendre les représentants de Global.

Le président: Bienvenue aux représentants de *Global Television*, sous la conduite du président de *Global Communications*, M. Paul Morton, accompagné du président du comité exécutif, M. Seymour Epstein.

M. Paul Morton (président, *Global Communications, Global Television Network*): Monsieur le président, distinguées membres du Comité, merci de nous recevoir. S'il y a des domaines que vous voudriez traiter particulièrement, nous pourrions passer tout de suite aux questions.

Le président: Je vais demander à M^{me} McDonald de commencer.

Mme McDonald: Je voudrais parler d'abord du projet d'un troisième réseau national. Global se trouve dans une situation bâtarde en ce sens qu'elle est à la fois un réseau et une station. Nous souhaitons voir diffuser davantage d'émissions canadiennes et c'est quelque chose que les réseaux peuvent faire plus facilement étant donné qu'ils disposent de moyens plus importants que les stations individuelles. Où en est le réseau Global? Est-ce que vous allez chercher à conclure des accords d'affiliation avec des stations actuellement indépendantes?

M. Morton: Pas nécessairement. Je pense qu'il faut regarder le paragraphe 17.(2), intéressant la télévision privée, qui contient une partie de la réponse à cela. Si nous voulons améliorer notre programmation, nous devons disposer de moyens accrus et ce n'est possible que par une mise en commun des ressources existantes. Si Global veut acquérir des émissions canadiennes compétitives, qui puissent soutenir la concurrence des émissions canadiennes de Radio-Canada et de CTV—sans parler des émissions étrangères—il va nous falloir collaborer avec le secteur de la production indépendante en vue d'acquérir ces émissions.

[Text]

The reality of it is that once we have acquired it, we end up paying the maximum we can afford to pay, which in many cases is competitive with what they might be paying. The problem is that once we have bought it or we have the Canadian rights to it, we end up with so much of those rights going over the dam, because in many markets there are no third-service stations to play it. Those third-service stations and the markets where they exist—I am referring mainly to the major western cities, Winnipeg, Saskatoon, Regina, Calgary, Edmonton, and Vancouver—have such heavy commitments to local programming that in many cases they cannot buy top-level programming that would attract audiences. This is because of the theory—and I am not even suggesting the theory is improper or incorrect—that going back to the way in which licences are granted, the test that is looked at is what level of commitment to local programming does a station commit to? Whoever commits to the most generally has got the licence.

Ms McDonald: Well, we are interested in local programming. We are also interested in getting Canadian entertainment programming, which is unrealistic for a local station to do alone.

Mr. Morton: But I think the reality that has to be recognized is that that small local station. . . Let us take a relatively small station in Saskatoon or Calgary. It is not going to do major programming. It cannot afford to do it.

Ms McDonald: Look, you are waltzing around—

Mr. Morton: I am trying not to, but I think it is important that you understand the only way we can do better programming as Global is if there are places where that programming can be played, either sold to somebody or broadcast by ourselves. It does not have to be done through affiliation agreements.

Ms McDonald: Should there be a third network? Should you become the third network?

Mr. Morton: We think we should; but a network not in the sense of the CBC or CTV.

Ms McDonald: You mean much looser.

Mr. Morton: No, much different.

• 1415

Ms McDonald: I will try to get back to it. We are interested in getting more Canadian content and good Canadian programming on the air. What is Global's response to the task force recommendations with respect to the Canadian-content requirement of 60% overall, 50% between 6 p.m. and midnight, and 45% between 7 p.m. and 11 p.m.?

Mr. Morton: The first two we absolutely concur with. However, 45% between 7 p.m. and 11 p.m. will result in less viewing of Canadian programming.

Ms McDonald: CBC says this is not the case. As they have increased their Canadian programming, they have

[Translation]

La réalité est que, une fois que nous les avons acquises, nous finissons par payer le prix maximal dont nous avons les moyens, c'est-à-dire très souvent à peu près le même que les deux autres réseaux. Le problème c'est que, une fois que nous avons acheté ces émissions, que nous avons acquis les droits de diffusion au Canada, nous en perdons une bonne partie car il n'existe pas de stations tierces pour les diffuser dans de nombreux marchés. Ces stations tierces et les marchés où il en existe—et je parle là principalement des grandes villes de l'Ouest, Winnipeg, Saskatoon, Regina, Calgary, Edmonton et Vancouver—se limitent tellement à la programmation locale qu'elles ne peuvent très souvent pas acheter des émissions de niveau supérieur susceptibles d'attirer l'auditoire. Cela est dû à la théorie—et je ne veux pas me prononcer sur sa validité—qui veut que le principal critère pour l'octroi des licences est l'engagement qu'une station donne en faveur de la programmation locale. Le candidat qui donne le plus d'engagements de cette sorte finit par obtenir la licence.

Mme McDonald: Les émissions locales nous intéressent mais nous voulons également voir diffuser des émissions de divertissement canadiennes et il est irréaliste de penser qu'une station locale puisse en produire elle-même.

M. Morton: Mais il faut néanmoins bien voir que les petites stations locales. . . Prenons une petite station de Saskatoon ou Calgary. Elle ne va pas réaliser de grosses émissions, elle n'en a pas les moyens.

Mme McDonald: Vous esquiviez ma question.

M. Morton: J'essaie de ne pas l'esquiver mais il faut bien que vous compreniez que la seule façon pour Global de réaliser de meilleures émissions est de trouver des marchés pour les diffuser, soit directement nous-mêmes soit en les vendant à quelqu'un. Il n'est pas indispensable que nous le fassions au moyen d'accords d'affiliation.

Mme McDonald: Faut-il un troisième réseau? Faut-il que vous formiez un troisième réseau?

M. Morton: Nous le pensons mais pas un réseau au sens de Radio-Canada ou de CTV.

Mme McDonald: Vous voulez dire un réseau beaucoup plus lâche.

M. Morton: Non, très différent.

Mme McDonald: J'y reviendrai plus tard. Nous souhaitons voir diffuser davantage d'émissions canadiennes de bonne qualité. Comment réagit Global aux recommandations du groupe de travail en matière de contenu canadien, soit 60 p. 100 sur l'ensemble de la grille horaire, 50 p. 100 entre 18 heures et minuit et 45 p. 100 entre 19 heures et 23 heures?

M. Morton: Nous souscrivons absolument aux deux premiers niveaux. Cependant, 45 p.100 entre 19 heures et 23 heures entraînera une chute de la cote d'écoute.

Mme McDonald: La SRC dit que non. Elle n'a pas vu son taux d'écoute diminuer avec l'augmentation de sa

[Texte]

not been losing audiences. The issue is simply that if you have good programming, people will watch it, which means you have to put money into it.

Mr. Morton: Ultimately, Ms McDonald, the question is where does the money come from? If I was with CBC and if I was given \$1 billion a year, I would not worry very much about it. As it is, we are—

Ms McDonald: Are you pleading poverty?

Mr. Morton: I am not pleading poverty; I am pleading reality. I think it is important to recognize that our money is dependent upon the audiences we attract. It is our sole source of funding.

Ms McDonald: What kind of agreement would you reach with the independents that would result in increasing and meeting, say, that 45% requirement plus the other two?

Mr. Morton: You are saying if there was a 45% requirement.

Ms McDonald: Suppose these became the new conditions that would have to shape your arrangements.

Mr. Morton: The arrangements that we would prefer to make with those independents is that they remain independents and that they schedule those programs at a time when it is most appropriate for their market, taking into account time changes and competitive environments. This is why I say we do not envision a network in the traditional sense.

Ms McDonald: For the sales of programs or what?

Mr. Morton: In those markets, I think this is a very effective way of doing it. Sometimes it is right for a program to be played at the same time across the country. At other times those slight variations may result in a higher audience for a particular program. There is no magic as to how it is done. The issue is how do we get the best results?

Mr. Seymour Epstein (Chairman, Executive Committee Board of Directors, Global Television Network): Perhaps I can take a moment, with your permission, to explain what Global has said in the past regarding extending service to all parts of Canada. This actually occurred shortly after the CRTC published what we call its pink paper on open skies or the possibility there was going to be many services allowed to go in any part of the country in which they wish to go. We responded on a defensive basis. We were very concerned that if there was a sudden change in the balance in broadcasting, several things would happen. Certainly from an advertising point of view there would be dramatic change.

Far more important was the need on the part of Canadian stations to have foreign programming as part of its survival. This would inevitably mean driving up the

[Traduction]

programmation canadienne. Il se trouve tout simplement que si vous diffusez de bonnes émissions, vous trouverez l'auditoire pour les regarder, ce qui signifie qu'il faut y investir suffisamment d'argent.

M. Morton: Au bout du compte, madame McDonald, la question est de savoir d'où vient cet argent. Si je travaillais à la SRC et si on me donnait un milliard de dollars par an, je ne m'inquiérais pas beaucoup. Mais il se trouve...

Mme McDonald: Est-ce que vous invoquez la pauvreté?

M. Morton: Je n'invoque pas la pauvreté, j'invoque la réalité. Il faut bien savoir que nos ressources sont fonction de notre cote d'écoute. C'est notre seule source de revenu.

Mme McDonald: Quelle sorte d'entente concluriez-vous avec les stations indépendantes dans le but de parvenir au niveau de 45 p. 100 et de respecter peut-être les autres caractères également?

M. Morton: S'il y avait un minimum de 45 p. 100?

Mme McDonald: Supposons que ces nouvelles conditions deviennent impératives et influencent les accords que vous pourrez conclure?

M. Morton: Nous préférierions que ces stations restent indépendantes et qu'elles diffusent ces émissions au moment le plus propice sur leur marché, en tenant compte des fuseaux horaires et de la concurrence. C'est pourquoi je dis que nous n'envisageons pas un réseau au sens traditionnel.

Mme McDonald: Uniquement pour la distribution d'émissions, ou quoi?

M. Morton: Je pense que c'est une excellente façon de faire dans ces marchés. Parfois il est bon qu'une émission soit diffusée à la même heure partout dans le pays. A d'autres moments, ces petites variations peuvent assurer une meilleure cote d'écoute pour une émission en particulier. Il n'y a pas de solution magique, il faut voir à chaque fois comment obtenir les meilleurs résultats?

M. Seymour Epstein (président, comité exécutif du conseil d'administration, Global Television Network): Si vous permettez, je pourrais prendre un moment pour vous expliquer la position que nous avons adoptée par le passé en ce qui concerne notre expansion à toutes les régions du Canada. Nous l'avons adoptée peu de temps après que le CRTC eut publié ce que nous appelons son livre rose sur l'ouverture des ondes ou la possibilité à toute station de s'établir n'importe où dans le pays. Nous avons adopté une position défensive. Nous craignons, en effet, que si l'on modifie soudainement l'équilibre au sein du secteur de la radiodiffusion, plusieurs choses ne se produisent. Il y aurait certainement un bouleversement profond au niveau de la publicité.

En outre, les stations canadiennes auraient davantage besoin d'émissions étrangères si elles veulent survivre. Cela entraînerait inévitablement une hausse du prix

[Text]

cost of foreign programming. The commission at the time said that unless there was a reasonable chance that there was going to be a third service in places in Canada that did not have it, then they would allow pure cable satellite extension into those markets. As a result we reviewed what would happen if the Global Television Network signal, essentially as it exists today, were provided on an over-the-air basis in all of the communities in Canada above a certain minimum size, where there was not already a third Canadian service.

In looking at it the theory was that we might be able to fill the demand of the CRTC to provide a third service on an over-the-air basis, thereby reaching all of the people in the community and not just those fortunate enough to have cable. In looking at the numbers it looked as though it might make sense to do so. As Paul has said, one of our biggest frustrations is that a lot of the programming we either buy or produce, Canadian or foreign, has a very large waste component because we effectively have to buy the rights for those programs for all of Canada, although a substantial number of Canadians never have the chance to see them.

• 1420

We felt that additional advertising revenue would help offset a threat to our existence and justify the considerable expense of putting transmitters in smaller markets. On the other hand, if we increased our revenue and had more money available for programming, then the areas without a third service as well as our Ontario customers would have a better television service.

Ms McDonald: Does that mean more Canadian programming?

Mr. Morton: Not more—better.

Ms McDonald: I am looking at your Canadian offerings between 7 p.m. and 11 p.m. on Sunday evening: *60 Minutes*, *Murder She Wrote*, *The Equalizer*. I would say Canadian programming is sadly lacking both in quality and quantity. There ain't none.

Mr. Morton: There are a couple of things that have to be recognized about private-sector broadcasting. There are certain obligations we have that have been given to us by the Broadcasting Act as adapted and amended by the particular conditions of licence of the CRTC. In the period from 6 p.m. to midnight, which is the time that is being measured, not from 7 p.m. to 11 p.m. . .

Ms McDonald: There are many of us who think 7 p.m. to 11 p.m. is a more relevant time, because the 6 p.m. to midnight period includes news and boosts it.

[Translation]

d'achat de ces émissions. Le Conseil, à l'époque, a décidé que s'il n'y avait pas une perspective raisonnable de création d'un troisième service dans les régions du Canada où il n'existe pas, il autoriserait la transmission pure par satellite et câble dans ces marchés. Nous nous sommes donc demandé ce qui se passerait si le signal du réseau Global, essentiellement tel qu'il existe aujourd'hui, était diffusé par voie hertzienne à toutes les localités canadiennes d'une certaine taille ne possédant pas encore de troisième service canadien.

En faisant cet examen, nous partions de la théorie que nous pourrions répondre aux vœux du CRTC d'un troisième service par voie hertzienne qui toucherait tous les habitants d'une localité et non pas seulement ceux qui ont la chance d'être abonnés au câble. Les chiffres paraissaient favorables. Ainsi que Paul l'a dit, l'une de nos sources de frustration est qu'un grand nombre des émissions que nous achetons ou produisons nous-mêmes, qu'elles soient canadiennes ou étrangères, sont assez largement gaspillées car nous devons acheter les droits de diffusion pour l'ensemble du Canada alors que nous ne servons qu'une partie du pays.

Nous avons jugé que les recettes publicitaires supplémentaires permettraient de parer à cette menace contre notre existence et justifieraient les frais considérables de l'installation de transmetteurs dans des marchés plus faiblement peuplés. Par contre, si nous augmentions nos recettes et dispositions ainsi de ressources accrues à consacrer à la programmation, les régions privées d'un troisième service, de même que nous clients ontariens, jouiraient d'un meilleur service de télévision.

Mme McDonald: Est-ce que cela signifie un plus grand nombre d'émissions canadiennes?

M. Morton: Pas un plus grand nombre, de meilleures.

Mme McDonald: Je regarde les émissions canadiennes dans votre grille horaire du dimanche soir, entre 19 heures et 23 heures: *Sixty Minutes*, *Murder She Wrote*, *The Equalizer*. Les émissions canadiennes brillent par leur absence, tant en qualité qu'en quantité. Il n'y en a tout simplement pas.

M. Morton: Il y a un certain nombre de choses qu'il faut bien savoir en ce qui concerne la télédiffusion commerciale. La Loi sur la radiodiffusion nous impose un certain nombre d'obligations, qui sont ensuite adaptées et modifiées par les conditions de licence du CRTC. Dans la période entre 18 heures et minuit, c'est-à-dire la tranche horaire servant de référence, et non de 19 heures à 23 heures. . .

Mme McDonald: Nous sommes nombreux à penser que la tranche horaire de 19 heures à 23 heures est plus révélatrice, car celle de 18 heures à minuit comprend le journal télévisé qui fait grimper le pourcentage de contenu canadien.

[Texte]

Mr. Morton: It does include news. It is very dangerous taking a look at any single week. We are being measured on a six-month average.

Ms McDonald: Can you provide us with your six-month Canadian programming schedule?

Mr. Morton: Of course I can provide it. But we thought we were here to discuss the industry in general, not the details of Global's program policies.

Ms McDonald: Let us get back to the policy question, then. We are very frustrated with the status quo. We want to see more Canadian programming. We realize that independents do not have the money to do extensive programming. It is not clear to me from your responses how this new arrangement would meet our needs. Could you address that?

Mr. Morton: Before getting to that, I think it is important that you recognize the framework within which we are discussing this. First of all, it is the available resources in the private sector that dictate how much is spent on Canadian programming. We can only spend what we take in. We cannot, over any prolonged period, operate on a deficit finance basis.

Ms McDonald: No one is going to quarrel with that.

Mr. Morton: Now, to the extent you were talking about a 45% Canadian content requirement between 7 p.m. and 11 p.m., you are creating a situation of fewer resources. Sure, you may have 45% Canadian programming in the first year, but after that you are going to get less and less quality programming. We have to get away from mere quantitative tests and get to the point where we have programs that our Canadian viewers actually want to watch.

Ms McDonald: Should there be a requirement that a certain portion of your revenues should go into Canadian programming? Would that be a better requirement?

Mr. Morton: Everybody's financial situation is different. The CRTC monitors that very closely. If anybody is not doing what they feel is an appropriate level, some very specific conditions of licence are given. This is a relatively new procedure. The only people who have been through this are ourselves and CTV. There have been some very definitive conditions of licence given to both of us on spending.

Ms McDonald: But not a percentage of revenues to Canadians.

Mr. Morton: Percentage of revenues is a meaningless figure.

Ms McDonald: Would you like to suggest another? Given that you understand our aims, what would be a better way, in your opinion?

[Traduction]

M. Morton: Elle comprend les nouvelles. Il est très dangereux de se limiter à une seule semaine. Nos résultats sont mesurés en fonction d'une moyenne sur six mois.

Mme McDonald: Pouvez-vous nous indiquer vos chiffres de contenu canadien sur six mois?

M. Morton: Bien sûr. Mais nous pensions que nous parlerions de la télévision en général, et non pas des politiques de programmation détaillée de Global.

Mme McDonald: Revenons-en donc à la situation générale. Nous n'acceptons pas le statu quo. Nous voulons davantage de programmation canadienne. Nous savons bien que les stations indépendantes n'ont pas les moyens d'en réaliser beaucoup. Nous ne parvenons pas à voir clairement, d'après vos réponses, en quoi ce nouvel arrangement répondrait à nos vœux. Pourriez-vous nous l'expliquer?

M. Morton: Avant de le faire, il faut bien comprendre le cadre dans lequel nous nous plaçons. Premièrement, ce sont les ressources dont le secteur privé peut disposer qui dictent les montants pouvant être consacrés aux émissions canadiennes. Nous ne pouvons que dépenser l'argent que nous gagnons. Nous ne pouvons pas exploiter nos entreprises à perte pendant une période prolongée.

Mme McDonald: Nul ne le conteste.

M. Morton: Dans la mesure où l'on imposerait la contrainte de 45 p. 100 de contenu canadien entre 19 heures et 23 heures, nous verrions nos recettes diminuer. Certes, vous auriez alors 45 p. 100 d'émissions canadiennes la première année, mais par la suite, vous verrez la qualité des émissions aller en diminuant. On ne peut pas appliquer uniquement des critères quantitatifs, les émissions que nous diffusons doivent aussi être d'une qualité telle que les Canadiens veuillent les regarder.

Mme McDonald: Ne faudra-t-il pas plutôt exiger que vous consacriez une certaine partie de vos recettes à la programmation canadienne? Ne serait-ce pas un meilleur critère?

M. Morton: La situation financière de chacun est différente. Le CRTC suit cela de très près. Si une station ou un réseau ne fait pas ce qu'il faut, il peut lui imposer des conditions de licence très précises. C'est quelque chose de relativement nouveau et nous sommes les seuls, avec CTV, auxquels cette procédure ait été appliquée. Des conditions de licence très précises, intéressant nos dépenses, nous sont imposées.

Mme McDonald: Mais pas sous forme d'un pourcentage des recettes à consacrer aux émissions canadiennes.

M. Morton: Un chiffre exprimé en pourcentage des recettes n'a aucune signification.

Mme McDonald: Pourriez-vous proposer autre chose? Vous savez ce que nous voulons, connaissez-vous un meilleur moyen?

[Text]

[Translation]

• 1425

Mr. Morton: I guess there are a number of ways. The ultimate test is a fair allocation of resources. For example, if you compare the structure of a network versus an independent, what happens to the revenue after it comes in the front door is a very different set-up. For example, on a Canadian program, when Global commissions a program we bear anywhere from 75% to 100% of the cost of that program. So once you start talking about a percentage of revenue it is unfair.

Ms McDonald: What is your alternative? I just suggested that is not possible. Have you a better proposal?

Mr. Morton: What the CRTC did was very effective. They took a look at the actual numbers rather than an arbitrary percentage. They said this amount of spending, in constant dollars or increasing or adjusted for inflation, is the appropriate amount for you; this is the appropriate amount for CTV. It does not tie to any magic formulas but rather to an intelligent assessment of the capability of a given broadcaster to make a maximum commitment.

Ms McDonald: Okay. How would that work with this new arrangement that you are proposing with the independents that is not as a third network?

Mr. Morton: It has nothing to do with that. We would have our own test and each of the stations would have their own test. To the extent we are a network, we would have a tougher test than we have at present, simply because we would have greater resources to commit.

Mr. Epstein: For the record, I should explain that we have not formally applied for any new network or extension on the kind of basis I earlier mentioned. I should also say that we have not been able to convince our board of directors that the kind of investment that would be involved is justified. So at this stage to leave the impression that we have some solution to providing third over-the-air service to all parts of Canada would be misleading.

Ms McDonald: Yes, but it is a proposal that is obviously in the air—people are talking about it—and we do not want our report to be out of date when we finish it. We are unhappy with the status quo and we are looking for ways to see that Canadians get more good-quality Canadian programming.

Mr. Epstein: Can you define what you mean by “good-quality”, because I have never understood the term and it is used differently by different people.

Ms McDonald: To define good quality? Well, things I like obviously. Do you really think this is debatable?

Mr. Epstein: No, I do not think it is debatable, and I was not really trying to put you on the spot.

M. Morton: Je suppose qu'il y a un certain nombre de méthodes. En définitive, ce qui compte c'est la juste répartition des ressources. Par exemple, si vous faites la comparaison entre un réseau et un indépendant, l'utilisation des recettes est tout à fait différente. Par exemple, pour une émission canadienne, quand Global commissionne une émission, nous prenons en charge de 75 à 100 p. 100 du coût total. Donc, parler de pourcentage de recettes n'est pas juste.

Mme McDonald: Que proposez-vous? Je viens de dire que ce n'était pas possible. Avez-vous une meilleure proposition?

M. Morton: La solution du CRTC était excellente. Ils ont fondé leur décision sur les chiffres réels plutôt que sur un pourcentage arbitraire. Ils ont décidé que tel ou tel montant, en dollars constants ou en dollars indexés à l'inflation, est le montant approprié; c'est le montant approprié pour CTV. Il n'était pas question de se fonder sur une formule magique mais plutôt sur l'évaluation intelligente du maximum exigible d'un radiodiffuseur.

Mme McDonald: Très bien. Comment fonctionnerait ce nouvel arrangement avec les indépendants que vous proposez et qui ne serait pas un troisième réseau?

M. Morton: Cela n'a rien à voir. Nous appliquerions nos propres critères et chacune des stations appliquerait les siens. Dans la mesure où nous sommes un réseau, les critères seraient plus stricts qu'à l'heure actuelle du simple fait que nos ressources seraient plus importantes.

M. Epstein: Pour dissiper tout malentendu, sachez que nous n'avons pas fait de demande officielle de constitution de nouveau réseau ou d'extension du réseau actuel sur la base que j'ai mentionnée tout à l'heure. Sachez également que nous ne sommes pas parvenus à convaincre notre conseil d'administration de la justification de l'investissement nécessaire. En conséquence, vous donnez l'impression que nous avons une solution permettant d'offrir un troisième service à toute les régions du Canada serait vous induire en erreur.

Mme McDonald: Oui, mais c'est une proposition dont il est souvent question et nous ne voudrions pas que notre rapport soit dépassé quand nous le déposerons. Le statu quo ne nous satisfait pas et nous cherchons les moyens qui permettraient aux Canadiens d'avoir un plus grand nombre d'heures de programmation canadienne de bonne qualité.

M. Epstein: Pouvez-vous définir ce que vous entendez par «bonne qualité», car je n'ai jamais compris cette notion et on lui prête toutes sortes de sens.

Mme McDonald: Définir la bonne qualité? De toute évidence, ce que moi j'aime. Pensez-vous vraiment que cela soit discutable?

M. Epstein: Non, je ne pense pas que cela soit discutable, et je ne voulais pas vous mettre au pied du mur.

[Texte]

Ms McDonald: Do you want my list of favourite programs, or—

Mr. Epstein: No. I did not want to put you on the spot; to the extent that happened, I am sorry. But I was trying to make a point.

As broadcasters, I guess we are really answering at all times to several responsibilities. Lest we forget, I think our number one responsibility is always the viewer who may choose to watch us.

Ms McDonald: Okay, but not just numbers; I would not define it just in terms of numbers.

Mr. Epstein: I really do not propose to give you a definitive answer as to precisely what "quality" means either. The point is that as a broadcaster—and I think Paul has our conditions of licence, just in the event that this kind of thing came up—we have to meet many, many tests as a result of the conditions of our licence and the television regulations. They include very specific tests in dollars, in hours, in program types, in the number, for example, of new programs we will release, and so on. . . May I finish?

Ms McDonald: Well, my time is limited. I am going to be cut off in fact.

The Chairman: It is over in fact.

Ms McDonald: I do not think quality has to depend just on audience numbers, but there has to be good technical quality, good writing, and certainly a fair bit of money to meet the expectations of Canadians, who are very used to American programming and the very high technical standards and the writing standards there.

Mr. Epstein: There is no question that there is a relationship between the amount of money invested in a program and the ultimate audience it has. It is not a direct relationship, by any means; but there are many other factors, such as when we schedule the program. For example, we are in a position where we must schedule our new Canadian drama variety programming in the 8 p.m. to 10 p.m. or 8 p.m. to 11 p.m. period, specifically as a condition of our licence. But the problem is. . . We do it, and when we went forward we made that as a proposal in our licence renewal—

• 1430

The Chairman: But the problem is. . . ?

Mr. Epstein: The problem is that we believe we would be able to get larger audiences for those Canadian programs if we could have more scheduling flexibility. What happens is that, sadly, we put a lot of money into some of those shows and we know they cannot get the largest viewing audience because of where they have to be scheduled.

[Traduction]

Mme McDonald: Est-ce que vous voulez ma liste d'émissions favorites, ou. . .

M. Epstein: Non. Je ne voulais pas vous mettre au pied du mur; si je vous l'ai fait croire, je m'en excuse. J'essayais simplement de faire valoir mon argument.

Les radiodiffuseurs que nous sommes, essaient, en réalité d'assumer en permanence plusieurs responsabilités. N'oublions pas que notre première responsabilité est toujours envers le téléspectateur qui choisit de nous regarder.

Mme McDonald: D'accord, mais pas en simple termes d'audience; je ne le définirai pas simplement en termes d'audience.

M. Epstein: Je ne me propose pas non plus de vous donner une définition définitive de «qualité». Notre statut de radiodiffuseur—je crois que Paul a apporté notre cahier de charges, juste au cas où ce genre de question serait posée—nous impose de respecter de très nombreux critères conformément aux conditions de notre licence et aux règlements de la télévision. Il embrasse des critères très précis en termes de dollars, d'heures, de types d'émission, de nombre, par exemple, de nouvelles émissions à diffuser, etc. . . Puis-je continuer?

Mme McDonald: Mon temps est limité. Je crois qu'on va me couper la parole.

Le président: Effectivement.

Mme McDonald: La qualité, à mon avis, ne doit pas simplement dépendre des chiffres d'audience, il faut qu'il y ait une bonne qualité technique, de bons scénarios, et, certes, des investissements relativement conséquents pour répondre aux attentes des Canadiens qui sont habitués à la programmation américaine, à ses normes techniques et normes d'écriture très élevées.

M. Epstein: Il ne fait aucun doute qu'il y a un rapport entre le budget d'une émission et son indice d'écoute. Ce rapport n'est nullement direct, bien sûr; il y a bien d'autres facteurs, comme par exemple l'heure de diffusion. Par exemple, notre licence nous impose de programmer notre nouvelle série de dramatiques canadiennes dans le créneau de 20 heures à 22 heures ou de 20 heures à 23 heures. Il reste que le problème. . . Nous le faisons, et c'est une proposition qui était contenue dans notre demande de renouvellement de licence. . .

Le président: Il reste que le problème. . . ?

M. Epstein: Le problème reste que nous croyons pouvoir atteindre des audiences plus larges avec ces émissions canadiennes, à condition de bénéficier d'une plus grande souplesse au niveau des heures de programmation. Ce qui arrive, malheureusement, c'est que nous investissons beaucoup d'argent dans certaines de ces émissions tout en sachant pertinemment qu'il nous est impossible d'atteindre le plus grand nombre de

[Text]

[Translation]

télespectateurs possibles à causes de leur heure de programmation.

• 1435

Mr. de Corneille: I want to thank you for your presence here before this committee. You have probably been following the events relating to Telefilm. I understand that when this committee—although I was not here at the time with the committee—was talking with Telefilm, they indicated that they had not overcommitted their funding for 1987-88. Last week Telefilm apparently indicated that they are overcommitted in their 1987-88 funding commitments by some \$48 million. I am wondering if you heard about this. And if you have, in any case if it is true, what impact would it have on your organization in 1987-88 budgeting?

Mr. Morton: That are a number of questions. Let me answer the last one first. It will have no impact in 1987-88, simply because the lead times are so long. Where it is going to have an impact is in 1989-90. It will not even be in 1988-89.

Perhaps I can just take two minutes on this issue, because I think it is very major to a whole lot of things that are happening. Before this problem ever started with the financial position of Telefilm, David Mintz and I wrote a letter to John Sirois asking for an urgent meeting, because we were so concerned over the policies of Telefilm and the management of Telefilm. We sent copies to other major broadcasters and we got hallelujah responses from all the other broadcasters, saying they concur and want to be part of this.

When we started talking to the other broadcasters, we first heard the rumor that there may be financial troubles. There have been a number of meetings between broadcasters and representatives of Telefilm, and I do not believe I am telling any tales out of school to say that tomorrow Pierre Juneau, Murray Chercover, Bernard Ostry, the president of TVOntario, and I are meeting with the Minister. The four of us agreeing on anything is so unprecedented that it is staggering. The fact we are going there with a common voice on the problems of Telefilm is indicative of the level of concern with which we hold this.

A year ago at this time Telefilm came to us and said they were running out of money, that they could not do all the projects that were coming forward, and asking us to please tell them which ones we felt were the most important and should get the highest priority, and those that should not. We wrestled with this, found ways to cut back our programming plans, and cut back.

Then Telefilm turned back \$18 million to the government because they had not been able to spend the entire amount. We do not have any confidence that anybody at Telefilm knows anything about what is going

M. de Corneille: Je tiens à vous remercier d'être venus. Vous avez probablement suivi les événements concernant Téléfilm. Je crois comprendre que lorsque ce Comité—à l'époque je n'en étais pas encore membre—a entendu les représentant de Téléfilm, ils lui ont dit qu'ils n'avaient pas pris d'engagements supérieurs à leur budget pour 1987-1988. La semaine dernière, ils ont apparemment dit qu'ils avaient pris des engagements dépassant de 48 millions de dollars leur budget pour 1987-1988. En avez-vous entendu parler? Dans l'affirmative, si tel est bien le cas, quelles seront les conséquences sur votre budget de 1987-1988?

M. Morton: Vous avez posé plusieurs questions. Permettez-moi de répondre en premier à la dernière. Il n'y aura pas de conséquences pour 1987-1988 tout simplement parce que c'est à beaucoup plus long terme. Les conséquences ne se feront sentir qu'en 1989-1990, même pas en 1988-1989.

Je pourrais peut-être m'arrêter deux minutes sur cette question car elle a un impact essentiel sur nombre d'événements actuels. Bien avant que Téléfilm ne se retrouve face à ce problème financier, David Mintz et moi-même avons écrit une lettre à John Sirois lui demandant de nous rencontrer de toute urgence car les politiques et la gestion de Téléfilm ne cessaient de nous inquiéter. Nous avons envoyé des copies aux autres principaux radiodiffuseurs qui nous ont fait part de leur vif intérêt et qui nous ont répondu être de tout coeur avec nous.

C'est lors de nos premières discussions avec les autres radiodiffuseurs que nous avons commencé à entendre parler de ces problèmes financiers. Un certain nombre de réunions entre les radiodiffuseurs et les représentants de Téléfilm ont eu lieu, et je ne pense pas révéler un secret en disant que demain, Pierre Juneau, Murray Chercover, Bernard Ostry, le président de TVOntario, et moi-même rencontrons le ministre. Que nous nous soyons mis tous les quatre d'accord sur quelque chose est un tel précédent que nous en sommes tout ébahis. Que nous parlions d'une seule voix au sujet des problèmes de Téléfilm indique à quel point cela nous inquiète.

C'est il y a déjà un an, presque jour pour jour, que les représentants de Téléfilm nous ont informés de leurs problèmes financiers. Ils nous ont dit ne pas pouvoir financier tous les projets, et nous ont demandé de leur indiquer lesquels étaient à nos yeux les plus importants et devraient bénéficier de la plus grande priorité, et lesquels pouvaient attendre. Nous avons longuement réfléchi aux moyens de réduire nos plans de programmation, et nous l'avons fait.

C'est alors que Téléfilm a reversé 18 millions de dollars au gouvernement parce qu'il n'avait pas pu tout dépenser. Nous sommes pratiquement persuadés que personne à Téléfilm ne sait exactement où ils en sont. On nous a dit

[Texte]

on in their business. We were in a position whereby we were told earlier this week that Telefilm has overspent their budget, because they have committed more money than we require for certain projects.

They said when the tax shelter changes took place—I think Mr. Wilson's tax proposals are disastrous for this industry—Telefilm arbitrarily started increasing their commitment, even to those projects that did not require tax shelter financing. Therefore, projects were getting money that did not require it and, as a result, they have started overspending.

Secondly, they are telling us that one of the reasons they are overspending is that they have committed x dollars to this project, that project and the other. When CBC, CTV and ourselves met, we said that one of the reasons in our case is that they have committed money to projects we have turned down. They have projects listed as CTV projects that we have out and out rejected or have never heard of. CBC has a long list of projects that Telefilm got as part of their \$47 million commitment, which as far as they are concerned have no relevance to the plans of CBC.

In my worst horror show, I can envision a scenario when after all of this has come out, once everything has come to a grinding halt for the next six months, that it is conceivably possible, based on what we have seen in the past, they could end up turning back to the government money they have not been able to spend again.

• 1440

Mr. de Corneille: I appreciate this exposition, because it seems to bear out the fact that we think we have had two different stories. One said everything was fine even fairly recently. This latest announcement... I am glad you are checking into the matter. I think we will be looking forward to hearing from Telefilm Canada again.

You indicated that this will have a rebound effect further down the line, not just in 1987-1988 or 1988-1989, but beyond that. The implications of the lowering of the capital cost allowance incentive from 100% to 30% for private investment in Canadian films and television programs is obviously going to have an impact through the tax situation of the government.

You touched on it, but I wonder if you could expand on what you think will be the implications of this on achieving our Canadian programming objectives as well as in general. Could you separate them? Whether it will have an affect on achieving presumably what we are looking for, more Canadian programming objectives—

Mr. Morton: Without being this argumentative, more is not the issue; better is the issue. Resources are one of the major tools that will result in better. I am very

[Traduction]

un peu plus tôt cette semaine que Téléfilm avait dépassé son budget pour avoir engagé plus d'argent que nécessaire dans certains projets.

On nous a dit que lorsque les nouvelles règles de déduction fiscale sont entrées en vigueur—les propositions fiscales de M. Wilson sont désastreuses pour notre industrie—Téléfilm a commencé à augmenter arbitrairement ses participations, même dans des projets qui n'avaient pas besoin de cette protection fiscale. En conséquence, des projets qui n'en avaient pas besoin ont été financés et c'est à partir de là qu'ils ont commencé à dépasser leur budget.

Deuxièmement, ils nous disent qu'une des raisons de ce dépassement de budget est qu'ils ont engagé telle ou telle somme pour ce projet, pour celui-ci et pour celui-là. Lorsque nous avons rencontré les représentants de Radio-Canada et de CTV, nous leur avons dit qu'une des raisons dans notre cas était qu'ils avaient engagé de l'argent dans des projets que nous avions repoussés. Ils ont des projets attribués à CTV que nous avons toujours rejetés ou dont nous n'avons jamais entendu parler. Radio-Canada a une longue liste de projets que Téléfilm a inscrits dans ses 47 millions de dollars de participation et qui n'entrent absolument pas dans les plans de Radio-Canada.

Dans le pire scénario d'horreur, je peux fort bien imaginer qu'une fois tout consommé, qu'après que le robinet aura été fermé pendant les six prochains mois, sur la base des événements passés, ils finissent par rendre au gouvernement l'argent qu'une fois encore ils n'auront pu dépenser.

M. de Corneille: Je vous remercie de ce résumé des événements car il semble corroborer notre impression de deux sons de cloche totalement différents. Quelqu'un a dit encore tout dernièrement que tout allait pour le mieux. Ce dernier rebondissement... Je suis content de voir que vous vous en occupez. Nous ne manquerons pas d'entendre de nouveau les gens de Téléfilm Canada.

Vous dites que les conséquences se feront sentir à plus long terme, non pas simplement en 1987-1988 ou en 1988-1989, mais beaucoup plus tard. L'abaissement de la déduction pour amortissement de 100 p. 100 à 30 p. 100 pour les investissements privés dans les films et les émissions de télévision canadiens aura de toute évidence un impact sur la situation fiscale du gouvernement.

Vous y avez fait allusion, mais j'aimerais que vous nous en disiez un peu plus sur les répercussions éventuelles, selon vous, au niveau des objectifs particuliers de la programmation canadienne et en général. Sont-ils séparables? Y aura-t-il des conséquences sur ces objectifs de programmation canadienne accrues...

M. Morton: Je ne veux pas entrer dans une polémique, mais c'est plus l'aspect qualitatif que l'aspect quantitatif qui compte. Améliorer la qualité est avant tout une

[Text]

sympathetic toward the concept of cleaning up the tax. Philosophically I agree with it.

You have a problem when you are changing the capital cost allowance in an industry that has not matured, which is struggling to get on its feet. Saying capital cost allowance shall be reduced from 100% to 30%. . . You have an asset that in many cases may have a useful life of only one or two years. It does not even reflect the reality of how quickly the asset is being consumed from a practical point of view.

One of the concerns I have always had with the capital cost allowance idea was that it resulted in a great many abuses many years ago. While they have diminished greatly, I presume there are still some. Philosophically we have an industry looking for quality. It is no longer tax shelter driven. Tax shelter was the tool that helped get some bloody good things done over the last two years. It was not replaced with anything to help achieve those same goals. The combined effect of taking it down dramatically and offering nothing as an alternative has caused a drying up of the production process.

Nobody can start a project because they know no money is available from Telefilm Canada on this side. No investor financing is available. I guess we are seeing about 20% of the number of projects now as we were seeing six months ago.

Mr. de Corneille: It should have been ratcheted down more slowly.

Mr. Morton: As the industry grew and became more capable of handling some of its own problems, it would have been a better alternative than just to crash down.

Mr. de Corneille: Have you any other options you think might offset the situation?

Mr. Morton: I do not claim to be an expert in taxation, but I know other countries have used a combination of capital cost allowance combined with tax credits for success. Instead of giving somebody an automatic benefit for just having produced it—good, bad, or indifferent—there are very significant benefits for somebody who does something good. It can get a return and ultimately the return will come—I keep on coming back to this—because the quality of the program has the capability of attracting viewers.

Mr. de Corneille: We are talking about quality. There has to be a connection between what may be esthetic quality in some people's eyes and the number of viewers. It is the final test of whether it is going to be called successful from a commercial point of view.

Mr. Morton: Let us take as a given the major production in Canada, the U.S., or anywhere else. I have not heard the technical quality challenged in years. Good

[Translation]

question de ressources. Qu'on veuille resserrer les boulons de la fiscalité, je le comprends très bien. Philosophiquement, je suis d'accord.

Il reste que modifier les règles de déduction pour amortissement dans une industrie qui n'est pas encore mûre, qui a du mal à tenir sur ses jambes, crée un problème. Proposer que cette déduction soit réduite de 100 p. 100 à 30 p. 100. . . Dans de nombreux cas ce sont des actifs dont la vie utile peut n'être que d'un ou deux ans. Ce n'est même pas tenir compte de la réalité de la rapidité à laquelle ces actifs sont épuisés d'un point de vue pratique.

Un des problèmes que m'a toujours posés cette idée de déduction pour amortissement est que souvent, autrefois, elle se prêtait à de très nombreux abus. Bien que ces abus aient grandement diminué, je suppose qu'il y en a toujours. Sur le plan philosophique, l'objectif de notre industrie, c'est la qualité. Elle n'est plus une simple source de déduction d'impôt. Cette déduction d'impôt a permis de réaliser d'excellentes choses au cours des deux dernières années. Elle n'a pas été remplacée par quelque chose permettant d'atteindre ces mêmes objectifs. L'effet combiné de cette réduction spectaculaire sans autre forme de compensation a provoqué le tarissement de la production.

Aucun projet ne peut décoller puisqu'il n'y a plus d'argent à Téléfilm. Il n'y a plus d'investisseurs non plus. Je crois que le nombre de projets a été ramené à 20 p. 100 de ce qu'il était il y a six mois.

M. de Corneille: Cette mesure aurait dû être beaucoup plus progressive.

M. Morton: L'industrie était en croissance et devenant de plus en plus capable de régler certains de ses propres problèmes, une mesure progressive aurait certainement été de loin préférable.

M. de Corneille: Avez-vous réfléchi à des mesures différentes?

M. Morton: Je ne me prétends pas spécialiste en fiscalité, mais je sais que d'autres pays combinent avec succès une forme de déduction pour amortissement avec des crédits d'impôt. Plutôt que d'accorder automatiquement des avantages à la production—que le projet soit bon, mauvais ou indifférent—ces avantages sont fonction de la qualité du résultat. Le succès financier est assuré, finit par être assuré—j'y reviens toujours—quand la qualité de l'émission est telle qu'elle attire les spectateurs.

M. de Corneille: Nous parlons de qualité. Il doit y avoir un rapport entre ce que certains considèrent comme ayant une qualité esthétique et le nombre de spectateurs. Du point de vue commercial, c'est le seul critère de succès.

M. Morton: Prenez les principales productions au Canada, aux États-Unis, ou n'importe où ailleurs. Cela fait des années que je n'ai pas entendu critiquer la qualité

[Texte]

camera work, good lighting, and good skills are going into that end of it. The real problem comes in striking the responsive chord in viewers that cause them to want to watch it, the something that causes them to identify with and have an emotional connection with that program. It is very easy in news, because it touches on the local issues that affect a person. It is somewhat easier in sports because it can touch their emotions of winning, losing and various other things.

• 1445

As you get into the area of drama and you get into writing and creating characters that are interesting and sympathetic, that a viewer wants to watch week-in and week-out and identify with, it gets more difficult and more subjective. But the ultimate answer is not the critics, it is not what the government or what the owners think is a good program. We have to be responsible to the public who watch us.

Mr. de Corneille: Let me then just pursue your suggestion in response to my asking if there are any other options. You indicated that in some countries at least there has been this approach of success, which obviously has something to do with the viewership and so on. You talked about tax credits. How would you see that working in your business or in Canada? How would that—

Mr. Morton: I am referring to investors. I am saying to an investor who participates in the financing of any television show that the tax credit would be available to him. Our acquisition of the program is an expense and one of our costs of doing business, so it is dealt with in a different method than by the tax system. But I am saying we have to get more money into the system. Just giving more money to Telefilm Canada to distribute and making them a major studio mentality, by itself is not the answer.

There has to be, shall I say, maybe a bit of a cafeteria in which there are a number of ways in which a program can be financed and become available for broadcast in this country. Telefilm is one of the ways. Tax shelter financing is another way. And again, please, I beg of you, one of the key elements, we talk in terms of tax shelter financing. It is not to create a system where the rich pay less taxes; it is to encourage investment by individuals into high-risk areas. Yes, the government does assume a share of the cost because of the capital cost allowance. But the individual is also taking a risk as well. How do we stimulate the individual or the corporation to cause more investment in this area?

Mr. de Corneille: Yes. I was trying to pursue your views on a specific suggestion around the subject of tax credits. Perhaps that will come up a little later as well.

I have a number of questions I am interested in, but one of the things that interests me, particularly because of my involvement in multiculturalism in the past and also because I am on the committee on the handicapped and disabled, I would like to ask you—this is changing the subject, slightly, I am sorry—what is Global doing with

[Traduction]

technique. Il suffit d'avoir un bon cadrage, un bon éclairage, de bons professionnels. Le vrai problème c'est de trouver la corde sensible chez les spectateurs qui les incite à regarder l'émission, à trouver ce quelque chose qui les incite à s'identifier à cette émission et à vouloir la vivre. C'est très facile pour les actualités car elles parlent de questions locales qui les touchent. C'est un peu plus facile pour les sports car il y a ce sentiment de victoire, de défaite, etc. qui les touche tous.

Pour ce qui est des dramatiques, c'est plus difficile et plus subjectif car il faut écrire une histoire, créer des personnages intéressants et sympathiques que l'auditeur veut revoir toutes les semaines. En fin de compte, ce ne sont pas les critiques, le gouvernement ou les propriétaires qui déterminent si un programme est bon. C'est le public qui nous regarde qui le détermine.

M. de Corneille: Permettez-moi de revenir sur ces autres mesures dont vous avez parlé tout à l'heure. Vous avez dit que dans certains pays ces mesures sont fondées en partie sur le succès, c'est-à-dire, de toute évidence, sur la cote d'écoute. Vous avez parlé de crédit d'impôt. Comment verriez-vous la chose dans votre industrie ou au Canada? Comment. . .

M. Morton: Je parle des investisseurs. C'est à l'investisseur qui participe au financement d'une émission de télévision que ce crédit d'impôt devrait être accordé. L'achat d'émissions est un poste de dépense relevant de la comptabilité et la fiscalité n'y a pas grand-chose à voir. Par contre, je dis qu'il faut injecter plus d'argent dans le système. Donner simplement plus d'argent à Téléfilm pour qu'il distribue nos produits et qu'il développe une mentalité de grand studio n'est pas la réponse en soi.

Il faut créer, comment dire, une sorte de cafétéria offrant plusieurs menus de financement et de diffusion. Téléfilm est un de ces menus. Les avantages fiscaux en sont un autre. Et, encore une fois, je vous prie de me croire, c'est un des éléments clés. Il ne s'agit pas de créer un système permettant aux riches de payer moins d'impôt, il s'agit d'encourager les investisseurs individuels à prendre des risques. Oui, le gouvernement assume une part de ce coût puisqu'il offre cette déduction pour amortissement. Il n'en reste pas moins que le particulier prend lui aussi un risque. Comment inciter les particuliers ou les sociétés à investir plus dans ce domaine?

M. de Corneille: Oui. Je voulais que vous m'en disiez un peu plus sur cette proposition spécifique de crédit d'impôt. Nous y reviendrons peut-être un peu plus tard.

Il y a un certain nombre de questions qui m'intéressent, mais une de celles qui m'intéressent en particulier à cause de mon intérêt pour les problèmes de multiculturalisme et aussi parce que je suis membre du Comité des handicapés, est la suivante—je change un peu de sujet, et je m'en excuse—mais que fait Global en

[Text]

respect to the closed captioning of programs for the hearing-impaired? Have you any thoughts along that line? I am switching gears here, but I hope you do not mind.

Mr. Morton: Yes. Right from the start we have worked very closely with the Closed Captioning Institute and in fact they use our facilities for closed captioning for pretty well the whole country. We have increased our closed captioning from I guess almost a zero level a few years ago to the overwhelming bulk of our programs today. I think it is a tribute to Sanderson Layng and the Closed Captioning Institute. They have worked very well with us in helping to provide this.

I think the other factor is that Telefilm Canada is now making some money available for captioning. It is growing and it is something I think everybody has responded to in a sympathetic, beneficial way.

The Chairman: Supplementary to Mr. de Corneille's question, Mr. Morton, what are your current objectives, percentage-wise and in type of programming, for closed captioning?

Mr. Morton: I guess any objective less than 100% is clearly short of the mark. The question is how do you finance all of that, because closed captioning is a very expensive exercise.

The Chairman: What is your pragmatic objective?

• 1450

Mr. Morton: I think if we could have all major production and news, then it would be a realistic short-term objective.

Mr. Caldwell: Mr. Epstein and Mr. Morton, it is good to see you once again. I have to ask a constituency question before we begin. How is my tower coming at Stevenson? I read in the paper you are having a little problem, which we should not get into at this particular time. You are not going to give up because the farmers will not sell their land?

Mr. Epstein: The simple answer is no. If you want to listen to our frustrations and have an hour or two, we would like to talk to you.

Mr. Caldwell: Part of being a Member of Parliament is to go through with the frustrations of dealing with some interest groups. It is not really their fault.

Mr. Epstein, I do not know whether it was you or Mr. Morton who mentioned that we should be talking about quality programming rather than quantity programming. I think some of us on this panel would also agree with this. With that in mind, how do you view...? I know that you have enough trouble running your own show without running the CBC. You are a taxpayer. What do you think of their Canadianization program? Where is it all going to come out in the wash in the end?

[Translation]

matière d'émissions à sous-titrage invisible pour les malentendants? J'aimerais avoir votre point de vue. Je change de sujet, mais j'espère que vous ne m'en voudrez pas.

M. Morton: Non. Dès le début nous avons travaillé en étroite collaboration avec l'Institut du sous-titrage invisible et en fait il se sert de nos installations de sous-titrage invisible pour pratiquement tout le pays. S'il y a quelques années, pratiquement aucune de nos émissions n'était sous-titrée, je crois qu'aujourd'hui elles le sont pratiquement toutes. Je crois que tout le mérite en revient à Sanderson Layng et à l'Institut du sous-titrage invisible. C'est grâce à nos efforts concertés que nous sommes parvenus à ce résultat.

Je crois que l'autre facteur est attribuable au fait que Téléfilm consacre une petite partie de son budget au sous-titrage. Les progrès sont nets et je crois que tout le monde est prêt à faire sa part très volontiers.

Le président: En complément à la question de M. de Corneille, monsieur Morton, quels sont vos objectifs actuels, en pourcentage et en types de programmation, pour le sous-titrage invisible?

M. Morton: Je crois que tout objectif inférieur à 100 p. 100 est de toute évidence insuffisant. La question est de savoir comment financer tout cela car le sous-titrage invisible est une opération très coûteuse.

Le président: Quel est votre objectif pragmatique?

M. Morton: Un objectif réaliste à court terme serait que toutes les émissions principales et les nouvelles soient sous-titrées.

M. Caldwell: Monsieur Epstein, monsieur Morton, c'est avec plaisir que nous vous revoyons. Je dois commencer par vous poser une question personnelle. Comment se porte ma tour à Stevenson? J'ai lu dans le journal que vous aviez un petit problème qu'il serait préférable de ne pas évoquer pour le moment. Vous n'allez pas abandonner parce que les agriculteurs ne veulent pas vous vendre leur terre, n'est-ce pas?

M. Epstein: La réponse est simple, non. Si vous voulez entendre nos litanies et que vous ayez une heure ou deux à tuer, nous aimerions vous en parler.

M. Caldwell: Certains groupes d'intérêt posent souvent des problèmes aux députés. Ce n'est pas vraiment leur faute.

Monsieur Epstein, je ne sais si c'est vous ou M. Morton qui avez dit que nous devrions parler de qualité plutôt que de quantité. Je crois que certains membres de notre groupe sont d'accord avec vous. Ceci dit, comment voyez-vous...? Je sais que gérer votre propre entreprise vous cause assez de problèmes sans gérer Radio-Canada. Vous êtes un contribuable. Que pensez-vous de son programme de canadianisation? Qu'en sortira-t-il?

[Texte]

Mr. Epstein: One of the realities of Canada is that we do not have a primary interest on the part of Canadians to watch Canadian television. The reality is that Americans do not make a conscious decision to watch American television nor do American television stations decide to run a program because it is American. They happen to be in the very fortunate position that the programs that people want to watch happen to be made in the United States.

So long as we cannot make in Canada the programs that Canadian people want to watch—and here I am talking more narrowly than the sports and news where I think we have had success—this country has to recognize not only the internal workings of broadcasting and its cultural needs, but also the realities of the power of the broadcasting system in economic terms.

We have to have a system where overwhelmingly Canadian people are watching Canadian television stations and television programs. I would favour having an entity such as the CBC with a clear goal of providing service on a broad range of programming. As a taxpayer, I think we recognize this is important.

Mr. Caldwell: Some of the filmmakers who were here yesterday indicated that maybe it is time we treated filmmaking in Canada as we treat any other industry. The governments do provide assistance to other industries; other industries get tax breaks; they get all these kinds of things. The only difference with the film industry is that when times get tough or feel threatened, they wrap themselves in the flag and cry that you are downgrading our Canadian culture. Is it time that we produced a marketable product in Canada, whether it be quality, and let us not every time something happens throw up this cultural mantle that they also have to carry?

Mr. Morton: I really believe that production in this country, whether it is film, television or whatever, truly has to be a balance between an industrial policy and a cultural policy. I do not think you can go all one way or all the other. I think if we go strictly to an industrial policy and regard it as a business like any other business in which we are going to grind out productions designed for the world market, I think we will be big losers.

I think if we can finance them, let us be very pragmatic that the things with the best chance of getting a high Canadian viewership are those things that are a combination of being well done and having a theme with which people in a given community can identify. As I say, if a production is really and truly set in Regina and everything else, people in Regina will have a very high viewing attraction toward such a program. The next step back will be in Canada. The problem we get to is how to finance those kinds of programs. They are just as

[Traduction]

M. Epstein: Une des réalités du Canada est que les Canadiens n'insistent pas pour ne regarder que de la télévision canadienne. La réalité est que les Américains ne décident pas délibérément de regarder la télévision américaine et que les stations de télévision américaines ne décident pas de diffuser une émission du seul fait qu'elle est américaine. Ils ont le grand bonheur que les émissions que les gens veulent regarder sont faites aux États-Unis.

Tant que nous ne pourrions pas faire au Canada des émissions que les Canadiens voudront regarder—ici je ne parle pas des sports ni des nouvelles pour lesquels, à mon avis, nous n'avons aucune raison de nous plaindre—il faudra tenir compte non seulement du fonctionnement interne de la radiodiffusion et de ses besoins culturels, mais aussi des réalités de la puissance de la radiodiffusion en termes économiques.

Il nous faut un système où la grande majorité des Canadiens regardent les stations de télévision canadiennes et les émissions de télévision canadiennes. Qu'une entité comme Radio-Canada ait pour mission d'offrir toute une gamme d'émissions me semble indispensable. Je crois que les contribuables en admettent l'importance.

M. Caldwell: Certains des cinéastes qui étaient ici hier nous ont dit qu'il était peut-être temps de traiter le cinéma au Canada comme nous traitons les autres industries. Les gouvernements offrent une assistance aux autres industries; les autres industries bénéficient d'avantages fiscaux; elles bénéficient de toutes ces choses. La seule différence avec l'industrie cinématographique c'est que lorsque les temps sont difficiles ou lorsqu'elle se sent menacée, elle s'enroule dans le drapeau et nous accuse de laisser se détériorer la culture canadienne. Est-il temps que nous produisions des produits commercialisables au Canada, en espérant qu'ils soient de qualité, et de ne pas nous envelopper de ce manteau culturel qu'ils doivent aussi porter, chaque fois que quelque chose arrive?

M. Morton: Je crois réellement que la production dans notre pays, qu'il s'agisse de films, de télévision ou de tout autre chose, doit être le résultat d'une politique industrielle et d'une politique culturelle. Je ne crois pas que l'une puisse aller sans l'autre. Si nous optons strictement pour une politique industrielle et considérons cette activité comme toute autre activité commerciale dont le but est de fabriquer des produits pour le marché mondial, nous y perdrons beaucoup.

Je pense que si nous pouvons les financer, soyons très pragmatiques et reconnaissons que les choses qui ont la meilleure chance de toucher un maximum de spectateurs canadiens sont celles qui combinent qualité et sentiment d'identification. Comme je l'ai déjà dit, si une émission est produite et réalisée à Regina par des gens de Regina, l'indice d'écoute sera fantastique à Regina. Après, il y a le Canada. Le problème c'est comment financer ce genre d'émissions. Elles coûtent tout aussi cher que celles destinées au marché international. Si c'est une émission

[Text]

expensive as something that is designed for the international market. At least if you have something designed for the international market, you have other sources of revenue.

The best shows and the ones that will get us our biggest audiences are the ones that are truly reflective of Canada and that touch the same emotions any other program would. It is a difficult question.

• 1455

Mr. Epstein: May I add one more subsidiary point? One of the things we must remember is that generally speaking producers of television programs, even in the U.S., do not make a profit in their home country. They need international sales; and we certainly need international sales too.

Unfortunately, in our zeal to achieve clearly Canadian programming, with a very high degree of both content and character, we bias the system. So for a program to be able to fit into our schedule and meet our requirements for spending and for content and so on, often we have to make that program less attractive in international markets.

Mr. Caldwell: That was the point I was making, and Mr. Morton was not necessarily agreeing with me.

Mr. Epstein: I do not think he was disagreeing with you, except for the reality that we need a balance. We recognize, certainly as broadcasters and as Canadians, that we have to have a bias. We, the broadcasters, have to have a bias towards building the resources that go into television, the human resources and the technical resources, and for that matter the money.

There have been times, however. . . We had a case a year or so ago when we might have been able to bring a very large production into this country, some 260 programs a year, in which the program producers already had sales around the world. The issue became how Canadian we could make it to be able to have it fit into our definition of "Canadian" and satisfy the CRTC. In the end, the program did not come here. I forget how much money would have been spent in Canadian production. I think it was \$16 million that would have been spent in this country on the Canadian production. The person ended up doing it in the U.S., quite successfully, and this country was a big loser. In that area I would plea for flexibility. . . that we look at the industrial value to the system—to all parts of the system—in making a decision, and not have hard and fast rules that sometimes are a big loss to us.

Mr. Caldwell: On the matter of Cancom, we have had Cancom representatives before this hearing, and they have indicated they are not having any effect, basically, in most of the core markets, or any markets. They are not taking advertising away. Would you like to comment on that?

[Translation]

destinée au marché international, cela ouvre pour le moins d'autres sources de recettes.

Les meilleures émissions et celles qui attirent nos plus grosses audiences sont celles qui reflètent le plus fidèlement la réalité canadienne et qui les font vibrer de la même manière que toute autre émission. Ce n'est pas facile.

M. Epstein: Puis-je ajouter une dernière remarque? Il faut se rappeler qu'en règle générale, les réalisateurs d'émissions télévisées, même aux États-Unis, ne touchent pas de bénéfices dans leur propre pays. D'où l'importance des ventes internationales dont nous avons aussi nettement besoin.

Malheureusement, étant donné notre souci d'obtenir une programmation nettement canadienne, tant du point de vue du contenu que du caractère, nous faussons le système. Pour qu'une émission puisse être intégrée à notre programmation, avec toutes nos exigences quant au budget, au contenu et au reste, il faut souvent faire les concessions nécessaires qui la rendent moins intéressante sur les marchés internationaux.

M. Caldwell: C'est précisément ce que je disais, mais M. Morton ne semblait pas être d'accord avec moi.

M. Epstein: Pas nécessairement, mais il faisait remarquer que nous sommes forcés de respecter un équilibre. En tant que radiodiffuseurs, en tant que Canadiens, nous reconnaissons notre situation particulière. Nous, les radiodiffuseurs, nous devons nous attacher particulièrement à la mobilisation des ressources investies dans la télévision, les ressources humaines et techniques, de même que les budgets.

Toutefois, il fut un temps. . . Il y a un an environ, nous aurions pu avoir l'occasion d'amener au pays une énorme production, quelque 260 émissions par année, que les réalisateurs avaient déjà vendues de par le monde. La question s'est posée de savoir comment les Canadiens pouvaient mener à bien ce projet tout en tenant compte de notre définition de «Canadien», et satisfaire aux exigences du CRTC. Pour finir, le projet est tombé à l'eau. J'oublie quel était le budget prévu pour la participation canadienne. Je pense qu'on prévoyait dépenser 16 millions de dollars au Canada pour ce qui nous concernait. Le projet a été réalisé aux États-Unis, où il a connu un certain succès, et c'est nous qui avons été perdants. Voilà pourquoi je vous exhorte à la souplesse. . . Il faut envisager la valeur industrielle des décisions que nous prenons et ne pas s'enfermer dans des règles rigides qui parfois jouent à notre détriment.

M. Caldwell: Nous avons entendu les représentants de Cancom et ils nous ont dit être absolument impuissants sur les principaux marchés, sur quelque marché que ce soit. Ils n'attirent absolument aucune publicité. Avez-vous quelque chose à dire là-dessus?

[Texte]

Mr. Epstein: It is hard to give a short answer to that, except to say we believe Cancom is one of the very bad decisions that have been made in this country. It is a process of erosion. We believe virtually everything it said it was trying to achieve when it got the licence, i.e., service to remote areas and so on, is being forgotten in favour of insinuating the existing system.

Mr. Caldwell: It has made the choice more popular. Let me go to the next one, retreating on cable. There has been some suggestion that some of the programs that are on specialty now be put back on the basic tier... and then charge a nominally higher rate, or somewhere in between. How would you feel about that?

Mr. Morton: Again, one of the things I have argued in a past appearance before this committee is that at some point somebody is going to have to recognize that as we move into an information-based system, an era of our lives, we are going to have two classes: those who can afford the additional information and those who cannot; affording it in the sense of geographic availability or economic availability to pay for it. The more you put onto cable or the further you drive the price of cable up and the fewer viewers there are... you are creating a two-class information society. I think that is something that has to be looked at; perhaps not in the context of this particular subject.

Mr. Caldwell: Should cable operators be forbidden to carry signals from the U.S. stations that solicit advertising in Canada, as is now the case with FM radio?

Mr. Morton: Certainly those who aggressively solicit... and taking the example of KNRR in Pembina, or stations that are clearly designed for the Canadian audience, I think that is appropriate.

• 1500

Going back, when you talk about moving, one of the reasons we are hesitant in going forward with the network proposal is that some of the speciality channels being proposed, as they go back to basic, in effect become networks in their own right.

Mr. Caldwell: Do you think we can do anything with simultaneous substitution, or do we have to leave it the way it is? Is there any other way of getting around it?

Mr. Epstein: Well, I am not sure what you mean by getting around it.

Mr. Caldwell: Well, there has been some suggestion... some people even go as far as to end it, because of the fact that some are not in cable and some cannot carry the captions for the hard-of-hearing and—

[Traduction]

M. Epstein: Il est difficile de répondre brièvement à cette question et je me bornerai à dire que nous pensons que Cancom représente une des plus mauvaises décisions jamais prises au Canada. Cancom représente un processus d'érosion. Nous sommes d'avis que presque tout ce qu'elle a annoncé au moment de l'obtention de la licence, notamment offrir un service aux régions éloignées et tout le reste, cède désormais le pas à un souci de s'immiscer dans le système existant.

M. Caldwell: C'est le choix qui a remporté le plus d'adeptes. Je voudrais parler maintenant du réétagement dans la télédistribution. On a proposé que certaines des émissions spécialisées soient offertes désormais avec l'abonnement de base et que cela fasse l'objet d'un tarif symboliquement plus élevé ou encore très raisonnable. Qu'en pensez-vous?

M. Morton: Encore une fois, car je l'ai déjà dit par le passé devant ce Comité, il faudra qu'à un moment donné, on reconnaisse qu'au fur et à mesure que nous nous acheminons vers un système fondé sur l'information, une nouvelle ère, il existera deux catégories: ceux qui ont les moyens d'obtenir cette information supplémentaire et ceux qui ne les ont pas. Quand je parle de moyens, je parle de la disponibilité du point de vue géographique ou encore du point de vue économique. Plus on investit dans la télédistribution, plus on fait grimper les tarifs et plus l'auditoire est réduit. On crée donc une société où il y a deux paliers d'information. C'est une chose dont il faut se préoccuper, mais le contexte du sujet qui est le nôtre n'est peut-être pas le plus indiqué.

M. Caldwell: Devrait-on interdire aux télédistributeurs de transmettre des signaux à partir de stations américaines qui cherchent des annonceurs au Canada, comme c'est le cas de la radio FM?

M. Morton: Certainement ceux qui cherchent activement des clients... Je pense que oui, très certainement dans le cas de KNRR à Pembina ou encore des stations qui visent nettement un auditoire canadien.

A ce propos, si nous hésitons à accepter la proposition du réseau, c'est parce que certains des canaux spécialisés proposés deviendraient effectivement des réseaux autonomes, avec l'intégration à l'abonnement de base.

M. Caldwell: Pensez-vous que l'on peut tirer quelque chose de la substitution simultanée ou doit-on se garder d'y toucher? Est-ce qu'il y a une autre façon de composer?

M. Epstein: Je ne sais pas ce que vous entendez par composer.

M. Caldwell: On a proposé... Certains ont même proposé d'y mettre un terme car certains canaux ne sont pas distribués par le câble et certains ne peuvent pas offrir le sous-titrage pour les malentendants si bien que...

[Text]

Mr. Epstein: I can try to take those one at a time. First of all, we believe that simultaneous substitution as it exists has been a tremendously beneficial activity and has increased viewing of Canadian programs. Second, as far as captioning is concerned, I believe most stations are in a position or are becoming in a position where they are providing captioning on the same programs as the American stations.

Mr. Caldwell: Just excuse me, Mr. Epstein. It is not that the captioning is not there; it is when you break for the commercials, if you are simulcasting from the States, it takes time to catch up again, so—

Mr. Epstein: No. The pragmatic reality is that it does not affect the viewer. If it did, we would worry about it as broadcasters. There are differences within the time period, but for the person who is watching the program, they do not care, nor are they aware of whether the break is taking place at the same time on the American station as it is on the Canadian station, because they are seeing the complete, identical program in the same time period.

Mr. Caldwell: No, but the complaints we have had—and I can stand to be corrected, because you know more about how it operates technically than I do. . . The point we are making is that when the Canadians substitute the Canadian commercials, that the machine—

Mr. Morton: It is the whole program.

Mr. Caldwell: Well, somehow the decoder does not catch up. It eventually catches up—

Mr. Epstein: Perhaps there is a difference here, Mr. Caldwell. There is a current system of program substitution. There are various proposals that have been made over the years, and may in fact be taking place in special cases where commercials are being replaced in the program. I think the comments you are making are of some concern, where we are dealing with commercial replacement and it is difficult. . . I think it is feasible, but I think it is a more difficult task.

When the entire program is being changed, to our experience. . . And we certainly are not getting any complaints in this area; the public is not reacting regarding mix-up in term of program content and commercials.

Mr. Caldwell: I just have one final comment. Yesterday Mr. Ted Rogers was in to see us, pay us a visit here and tell us some of his ideas. Basically, I guess the thrust was that we cannot stop the world and jump off, that technology is going to keep on rolling along whether we like it or not. If we do not keep up, then we will drown in the sea of Americanization or world technology anyway. The industry is going to move ahead, whether we make regulations or not, and we just better keep up with them. Do you agree with that?

Mr. Epstein: That is motherhood in a way, sure.

Mr. Caldwell: It is motherhood, but I think the danger is that we as a committee, or governments in general, have

[Translation]

M. Epstein: Je vais essayer de vous répondre. Tout d'abord, nous pensons que la substitution simultanée s'est révélée extrêmement avantageuse et qu'elle a élargi l'auditoire des émissions canadiennes. Deuxièmement, nous pensons que la plupart des stations ont la possibilité, ou pourraient l'avoir, d'offrir le sous-titrage pour les mêmes émissions que les stations américaines.

M. Caldwell: Monsieur Epstein, excusez-moi. Ce n'est pas que le sous-titrage n'existe pas. Quand il y a l'interruption pour la publicité, s'il y a retransmission simultanée à partir des États-Unis, il faut avoir le temps de. . .

M. Epstein: Absolument pas. Concrètement, cela ne change rien pour le spectateur. Si c'était le cas, les radiodiffuseurs y verraient. Bien sûr, il y a des différences dans le minutage, mais pour le spectateur, cela ne change rien car il ne sait pas s'il y a pause simultanée dans les stations canadienne et américaine, car de son point de vue il y a retransmission d'une émission identique au cours de la même période.

M. Caldwell: Toutefois, nous avons reçu des plaintes et qu'on me reprenne si je me trompe, car vous êtes mieux placé que moi pour connaître les détails techniques. . . On nous a dit que quand les Canadiens substituaient la publicité canadienne, la machine. . .

M. Morton: C'est toute l'émission qui est en cause.

M. Caldwell: Il semblerait que le décodeur n'arrive pas à rattraper. Tôt ou tard il le fait. . .

M. Epstein: Il y a peut-être une différence ici, monsieur Caldwell. Il existe un système de substitution de la programmation. On a fait diverses propositions au fil des ans et il se peut que cela se produise dans des cas spéciaux, quand les publicités sont remplacées lors d'une émission. Je pense que vos remarques sont bien fondées quand il s'agit de la substitution de publicité et il est difficile. . . Je pense qu'on peut le faire mais je pense que c'est plus difficile.

Quand toute une émission est modifiée, à notre connaissance. . . Nous n'avons pas reçu de plaintes à ce sujet. Le public ne semble pas se plaindre d'un chevauchement entre le contenu de l'émission et les publicités.

M. Caldwell: Une dernière remarque. Hier, Ted Rogers est venu nous faire part de certaines de ses idées. Essentiellement, il a dit qu'il ne pouvait pas empêcher la terre de tourner et que les progrès technologiques vont se poursuivre, que nous le voulions ou non. Si nous n'emboîtons pas le pas, nous allons être victimes d'un flot d'américanisation, du moins d'un flot technologique mondial. Le secteur va progresser, que nous adoptions des règlements ou non, et il vaudrait mieux que nous nous mettions à la page. Êtes-vous d'accord?

M. Epstein: Cela semble élémentaire.

M. Caldwell: Peut-être mais il faut que le Comité, les gouvernements en général, se gardent de réglementer à

[Texte]

to be very careful not to overregulate per se, where you are putting the squeeze on a certain area. That may end up to be detrimental in the long run.

Mr. Epstein: In this context, and I know Paul will want to comment, we believe that regulation—if I can use the term without it sounding as though it is a comment regarding any individual organization—is not even-handed. We believe we are trying to regulate certain areas of our industry very, very heavily and deregulate other areas. We believe, for example, that the biggest problem that should be facing this committee is how to stop giving approximately a billion dollars a year subsidy to American advertisers in this country. Those are the things which we think need discussion, as well as the kind of approach we have in this country, where certain elements can be regulated and are in some respect overregulated, while certain other elements are perceived to be in a mode of deregulation. That imbalance is a problem.

The Chairman: Mr. Epstein, I know Mr. Morton would like to elaborate, but our clock has defeated us here. We are going to offer an opportunity for whatever elaboration you would like to do in the way of an essay to us or a little letter. In fact we probably will send you a few written questions to elaborate on, as I think we have done in the past.

• 1505

Mr. Morton, you used the phrase, about midway through our discussions here, about “striking a responsive chord in viewers” and you used news and sports as examples. Is part of that chord not a Canadianism? I think you may have already answered that by referring to the program set in Regina where people can say “Yes, I can identify with that”, even if you were not born in Regina. If you were born in a city that size and grew up in a city that size, you can identify with the situations that are created.

Mr. Morton: In one way or another, I guess I have spent my entire adult life in programming, whether it was in buying film for motion picture exhibition or now in television. Ultimately, that is the single factor which determines success for a program, and I mean at all levels. How does it strike any person, any individual’s emotional response? They can identify with the character, they are concerned with what is going to happen to them, any one of a number of things, and the more elements that are in there that cause a given viewer to react to a particular character, scenario, setting, the other elements in any program, the greater chance that program will have to succeed.

The Chairman: And Canadian geography and attitudes can be a part of that?

Mr. Morton: Sure. Absolutely.

The Chairman: An important part.

Mr. Morton: Not a vital part but one of the key elements that just enhances the whole thing. If you take

[Traduction]

outrance, de restreindre un certain secteur. Cela pourrait être néfaste à long terme.

M. Epstein: Je sais que Paul voudra ajouter quelque chose. Nous pensons que la réglementation, et j’espère que mes propos ne seront pas interprétés comme visant une organisation en particulier, comporte deux poids et deux mesures. Nous croyons qu’on essaie de réglementer certains secteurs, très très intensément, et d’alléger la réglementation dans d’autres secteurs. Par exemple, le principal problème que devrait examiner ce Comité c’est que l’on verse environ un milliard de dollars par année en subventions aux annonceurs américains ici au Canada. Voilà le genre de problème dont il faut parler, le genre de stratégie qu’il faut envisager ici au Canada, quand on sait que certains éléments peuvent faire l’objet de règlements, intensément, alors que d’autres sont en voie de déréglementation. C’est ce déséquilibre qui constitue un problème.

Le président: Monsieur Epstein, je sais que M. Morton voudrait développer cette idée, mais nous sommes pressés par le temps. Nous vous proposons de nous faire parvenir votre point de vue par écrit. En fait, nous allons sans doute vous envoyer quelques questions écrites auxquelles nous voudrions que vous répondiez, comme nous l’avons fait par le passé.

Monsieur Morton, vous avez employé l’expression «toucher la corde sensible chez les spectateurs» et vous avez pris pour exemples les informations et les sports. Ne parliez-vous pas là de leur réaction en tant que Canadiens? Vous avez peut-être déjà répondu à ma question en parlant de la possibilité qu’ont les gens de Regina de dire «Oui, je reconnais cela», même s’ils ne sont pas nés à Regina. Si quelqu’un est né dans une ville de cette taille et y a grandi, il reconnaît les situations qui sont créées.

M. Morton: J’ai consacré toute ma vie d’adulte, d’une façon ou d’une autre, à la programmation, ce qui m’a amené de l’achat de films pour les salles de cinéma à la télévision. En dernière analyse, c’est ça le facteur clé qui détermine le succès d’une émission, de tous les points de vue. Il faut se demander quelle réaction émotive l’émission provoque chez chacun? Il y a un phénomène d’identification avec les protagonistes, le spectateur s’inquiétant alors de ce qui va lui arriver, et cela intervient à tous les niveaux, car le spectateur réagit au protagoniste, au scénario, au décor, à tous les éléments de l’émission, et plus nombreuses sont ses réactions, meilleures sont les chances de succès de l’émission.

Le président: La géographie et les attitudes au Canada interviennent-elles?

M. Morton: Absolument.

Le président: C’est important.

M. Morton: Ce n’est pas essentiel, mais c’est un des éléments clés qui ne font qu’accentuer le phénomène.

[Text]

the same show and put it in Toronto or put it in Chicago and show it to a Canadian audience, I will guarantee the one set in Toronto will have more viewership simply because Canadians will identify with it more closely.

The Chairman: It is an edge.

Mr. Morton: Absolutely.

The Chairman: One final point, if I may. Incentives versus regulations. There is this proposal the Minister has put forward about the increased licence fee which the broadcaster could earn back on performance of Canadian obligations. Your quick reaction to that idea, please.

Mr. Morton: I am going to ask Seymour to deal with that. I know there has been some discussion. I just came back from being out of the country during this time and I would defer to him, please.

Mr. Epstein: Your question really is part of a moving target, because every time we try to get specific regarding any of these kinds of ideas, we find out it is not quite this and it is not quite that.

The Chairman: Who is telling you that?

Mr. Epstein: I have heard through our association of their discussions and I have had at least one discussion with a member of the Department of Communications regarding this.

The Chairman: Okay.

Mr. Epstein: If I may say so, I do not have current figures, but along the way I think we have forgotten that the process that currently exists is a complex process. We did some numbers, I think regarding the 1984 fiscal year or the 1985 fiscal year, and were able to satisfy ourselves and others that approximately \$17 million was being spent by Global in that year, if you like specifically to meet its requirement to be a broadcaster, which would not have been the case in the United States. That number has risen dramatically in the last couple of years—

The Chairman: Mr. Epstein, I hope you are answering my question. We are a little pressed for time. What do you think of the Minister's idea?

Mr. Epstein: I do not know what the Minister's idea is.

The Chairman: Thank you very much. Thank you, gentlemen.

Mr. Morton: We have heard such mixed stories that we just do not know.

The Chairman: Thank you. We will be sending you some written questions. You have been most helpful today. End of round 22 with Global.

Mr. Morton: Nevertheless.

The Chairman: Nevertheless.

Now we would like to call Mr. James Sward of Rogers Broadcasting Ltd. to the table, please. Mr. Sward, I go

[Translation]

Prenez par exemple une émission que l'on diffuserait à Toronto et à Chicago, et je peux vous garantir qu'il y aura plus de spectateurs à Toronto car les Canadiens s'y reconnaîtront davantage.

Le président: C'est un avantage.

M. Morton: Absolument.

Le président: Une dernière remarque. Je voudrais parler du parallèle entre les incitations et les règlements. La ministre a proposé que l'on relève les droits de licence en offrant aux radiodiffuseurs de récupérer leur argent s'ils respectaient leurs obligations canadiennes. Pouvez-vous nous donner rapidement votre avis là-dessus?

M. Morton: Je vais demander à Seymour de vous répondre. Je sais que nous en avons discuté. Je n'étais pas au Canada quand on a annoncé cela et c'est pourquoi je lui cède la parole.

M. Epstein: La question est très difficile à cerner, car chaque fois que nous essayons d'obtenir des détails sur ce genre de propositions, on découvre que ce n'est pas tout à fait ceci ni tout à fait cela.

Le président: Qui vous répond?

M. Epstein: Notre association a eu vent de leurs discussions et nous en avons parlé au moins à une reprise avec un fonctionnaire du ministère des Communications.

Le président: Je vois.

M. Epstein: Je n'ai de chiffres récents mais je pense qu'on a oublié que la procédure actuelle est fort complexe. Pour l'année financière 1984 ou 1985, nous avons fait des calculs et nous avons pu démontrer, autant à nous qu'à d'autres, que Global avait dépensé cette année-là quelques 17 millions de dollars précisément pour respecter ses obligations de radiodiffuseur, ce que le réseau n'aurait pas eu à faire s'il s'était trouvé aux États-Unis. Cette somme est considérablement plus importante ces deux dernières années. . .

Le président: Monsieur Epstein, j'espère que vous vous attachez à répondre à ma question. Il nous reste peu de temps. Que pensez-vous de cette proposition de la ministre?

M. Epstein: Je ne sais pas de quoi il retourne.

Le président: Merci beaucoup. Merci, messieurs.

M. Morton: Nous avons entendu bien des sons de cloche différents si bien que nous sommes dans le noir.

Le président: Merci. Nous allons vous envoyer des questions pour que vous y répondiez par écrit. Votre témoignage nous a été très utile. C'est la fin de la 22^e reprise avec Global.

M. Morton: Ouf!

Le président: Ouf!

Je demande maintenant à M. James Sward de la Rogers Broadcasting Ltd. de s'approcher de la table. Monsieur

[Texte]

back to a day in Calgary when you were dealing with the review of radio and head of the CAB task force on that and a voice in the back of the room advocated no limits on commercial content on AM radio and you said, in a voice that was audible even at the back of the hall, "Who is that redneck?" I was the redneck. So here we have a moderate witness, Ms McDonald.

• 1510

Mr. James S. Sward (President and Chief Executive Officer, Rogers Broadcasting Ltd.): Remember, the east shall be the east and the west shall be the west, Mr. Chairman.

The Chairman: We look forward to your comments and the discussion with you. Please go ahead, sir.

Mr. Sward: Thank you very much. In my other role as Chairman of the Canadian Association of Broadcasters I will be appearing before you on November 24, with our banners waving and our facts all in order, as we present our industry response and position. I have put an awful lot into developing that position and was pleased to be asked to appear here today. It is more a personal appearance than an official appearance—official in the context of CAB, or even an official appearance in the context of my position as the president and chief executive officer of a Canadian private broadcasting company.

I hope I do not waste your time, but I would like to offer a viewpoint. Although I am involved in a number of different communication endeavours today, my essence is as a radio broadcaster. That is how I started, that is what I enjoy the most, and that is the main reason why I am in this business. Perhaps I could just give you a bit of background. In 1969 I took over a radio station in Montreal. I was about 22 at the time. It was a failing radio station, and in about six months we improved it from number 11 to number 2. I learned my craft: it was audience-driven; it was audience-sensitive. A year later the CRTC brought in 30% Canadian rules, and it was the first time I had to come to grips with the fact that there were elements in developing programming besides the pure service of audience needs.

I went on to take a Montreal FM station, CHOM-FM, and developed a unique format, which was bilingual; it flowed from English to French. It became number one in Canada—I think number one in North America over two years. It was very unique. It was partially responsible for the development of a Quebec star system and launched careers for people like Beau Dommage and Harmonium and others. When it got to be very successful, the CRTC ordered that it be English only and prevented it from being bilingual.

[Traduction]

Sward, je me souviens d'un jour à Calgary, quand vous vous occupiez d'une étude de la radio avec le groupe de travail de l'OCP. Une voix du fond de la salle a recommandé que le contenu commercial des émissions de la radio AM soit illimité et vous avez rétorqué, d'une voix que l'on pouvait entendre même du fond de la salle, «Quel est ce paysan»? C'était moi. Nous sommes donc en présence d'un témoin modéré, madame McDonald.

M. James S. Sward (président-directeur général, Rogers Broadcasting Ltd.): Rappelez-vous que l'Est sera toujours l'Est et que l'Ouest sera toujours l'Ouest, monsieur le président.

Le président: Nous attendons avec impatience d'entendre vos observations et d'en discuter avec vous. Allez-y.

M. Sward: Merci beaucoup. Je suis également président de l'Association canadienne des radiodiffuseurs et à ce titre, je viendrai témoigner devant vous le 24 novembre, préparé jusqu'aux dents, pour présenter le point de vue de notre secteur. Je me suis beaucoup investi dans la préparation de ce point de vue et je suis très heureux qu'on m'ait demandé de venir témoigner aujourd'hui. Je comparais davantage à titre privé qu'à titre de représentant officiel du point de vue de l'OCP ou du point de vue d'une société privée de radiodiffusion canadienne dont je suis le président-directeur général.

J'espère ne pas vous faire perdre votre temps car j'aimerais vous faire part de mon opinion. Aujourd'hui, même si je m'occupe de diverses entreprises de communication, je demeure essentiellement un radiodiffuseur. C'est ce que je suis depuis le début, c'est ce qui me plaît le plus, et c'est la principale raison pour laquelle je travaille dans ce domaine. Je vais vous donner quelques détails sur mon passé. En 1969, j'ai pris la tête d'une station de radio à Montréal. J'avais environ 22 ans à ce moment-là. À cette époque, cette station périclitait et en six mois, nous l'avons fait passer du onzième rang au deuxième rang. J'ai appris sur le tas: notre station visait à élargir son auditoire, en lui offrant ce qu'il souhaitait. Un an plus tard, le CRTC a instauré la règle des 30 p. 100 de contenu canadien et pour la première fois, j'ai dû composer avec d'autres éléments que les stricts besoins de l'auditoire quand il s'agissait de préparer la programmation.

J'ai ensuite pris la tête d'une station FM montréalaise, CHOM-FM, et mis au point une formule unique, bilingue. Nous passions de l'anglais au français. Cette station s'est hissée au premier rang au Canada, voire en Amérique du Nord, en deux ans. Elle était plutôt unique en son genre et elle peut se targuer d'avoir mis au point un réseau d'étoiles québécoises et lancer la carrière de groupes comme Beau Dommage et Harmonium, ainsi que d'autres. Une fois que nos efforts ont été couronnés de succès, le CRTC a exigé que la station soit uniquement anglophone, interdisant le bilinguisme.

[Text]

I went to the United States for a short time and then returned to Toronto and took on a couple of Toronto stations. One of them, an FM station, very quickly became the number one FM station in Canada in 1977, and six months later was reminded that a comment made at a hearing for the licence renewal of that station three years previously was an estimate that 50% of the music had to be instrumental, and that station was given that requirement as a mandatory requirement. That requirement was just relieved about six months ago.

At that point in my career I came to the realization that my own future, and the future of the industry that I cared about and I was building on, was as much influenced by my own abilities as it was by you, by which I mean Ottawa. I decided that I either had to find another place to do my craft or get involved and try to understand it and contribute so that I could understand it better.

In 1981 I got involved in the review of radio. A contentious issue at that time was 30% Canadian content. Our industry was constantly carping about the problem that there was not enough new music and there was not enough Canadian music. That had sort of been our position; we were putting statistics forward that there were 6 new Canadian records a week and 140 foreign ones and we had to constitute 30% of our repertoire from 6 new recordings and 70% from 140.

• 1515

We decided that we should take a different approach and try to accept the premise of 30% Canadian content to play a leadership role in it and that we should try to do something about it on the positive side. I embarked on what they called at the time the push-pull theory. In order to make 50 records a week, we had to put a money push at the front end of the Canadian recording system to create more production, and at the back end we had to put a star system to pull or attract people into it.

The Foundation to Assist Canadian Talent on Records—FACTOR—was formed in my boardroom. I invited CHUM and Moffat and put the first \$40,000 on the table. The initial funding was \$200,000. I have been personally active in attracting other funding from broadcasters and from the DOC. I also took a position on the board of directors as secretary-treasurer and I am director of CARAS, the Canadian Academy of Recording Arts and Sciences. I was actively involved in the Juno Awards at the star end of the push-pull. I was able to attract or was able to assist in attracting \$300,000 in corporate funding from Molson's and to get CARAS into a full-time office with a full-time staff.

For those who worked the other night at the Juno awards, it was rewarding to sit there and to realize that it was the biggest show we had ever launched. Anne Murray was there and all of the petty nonsense that goes on had been settled. It was really a celebration of Canadian talent.

[Translation]

Je suis allé aux États-Unis pendant quelque temps pour revenir ensuite à Toronto où j'ai dirigé quelques stations torontoises. L'une d'entre elles, une station FM, est très vite devenue le n° 1 des stations FM au Canada en 1977 et six mois plus tard on m'a signalé que lors d'une audience pour le renouvellement de la licence de cette station, trois ans auparavant, on avait exigé que sa programmation comporte 50 p. 100 de musique instrumentale, exigence qui était impérative. Il y a environ six mois que nous respectons cette exigence.

À ce tournant de ma carrière, je me suis rendu compte que mon avenir, et celui du secteur qui m'intéresse, dépendaient tout autant de mes compétences que de vous, c'est-à-dire Ottawa. Je me suis dit qu'il fallait soit que j'aie ailleurs pour exercer mon métier, soit que j'essaie de comprendre en participant à tous ces rouages.

En 1981, je me suis occupé de l'étude sur la radio. À ce moment-là, le point litigieux portait sur les 30 p. 100 de contenu canadien. Notre secteur ne cessait de se plaindre qu'il n'y ait pas assez de nouvelle musique, pas assez de musique canadienne. Voilà quel était notre point de vue et nous présentions des statistiques à l'appui, démontrant que pour six nouveaux disques canadiens par semaine, il y en avait 140 étrangers et qu'il fallait que nous tirions 30 p. 100 de notre répertoire de ces six nouveaux enregistrements, alors que 70 p. 100 de ce répertoire pouvait s'approvisionner aux 140 autres.

Nous avons décidé de changer notre fusil d'épaule et d'essayer d'accepter la condition de 30 p. 100 de contenu canadien. Nous avons essayé de jouer un rôle de premier plan et de voir le côté positif. J'ai adopté ce que nous avons appelé à l'époque la théorie de l'incitation double. Pour arriver à produire 50 disques par semaine, nous investissions de l'argent dans la production et nous instaurions un système de star pour stimuler la vente.

La *Foundation to Assist Canadian Talent on Records*, la FACTOR, a été créée dans ma salle de conseil. J'ai invité CHUM et Moffat à investir les premiers 40,000\$. Le financement initial était de l'ordre de 200,000\$. J'ai sollicité activement d'autres contributions des radiodiffuseurs et du ministère des Communications. J'ai accepté d'agir en tant que secrétaire-trésorier au conseil d'administration; je suis également directeur de CARAS, la *Canadian Academy of Recording Arts and Sciences*. J'ai participé activement à la remise des prix Juno au dernier stade de l'invitation double: le système de star. J'ai obtenu avec d'autres des contributions de 300,000\$ de la société Molson; ainsi, CARAS a pu obtenir un bureau à plein temps, doté d'un personnel à plein temps.

Ceux qui ont eu quelque chose à voir avec la remise des prix Juno l'autre soir ont eu le sentiment du devoir accompli en constatant que c'était le plus grand spectacle de ce genre jamais présenté. Anne Murray était présente; tous les petits problèmes mesquins avaient été réglés.

[Texte]

One-third of the winners would not have been there had it not been for FACTOR; they were originally FACTOR-funded. However, FACTOR is at risk and it is at risk because of Ottawa.

In one part of Ottawa, they are considering a new copyright law for a performer's right in a performance. It is my view that most broadcasters would have to move the money they are giving to FACTOR to pay this kind of a tariff.

The Juno awards, which we worked very hard at—I have negotiated the contract with the CBC for the last three years—bothered me too. The CBC is being so starved for resources that I do not know if we can continue to put on this kind of grand celebration and make it improve. I am worried about it.

It seems that every time we get something good going, something happens up on the Rideau that starts to not support it. Today I am worried about tax reform and across-the-board national sales tax. I am worried about a CBC that is not focused and that is not properly funded. The CBC has a vital role to play; as a private broadcaster, it plays a vital role and shapes even our own industry. I am worried about FACTOR and its future. I am worried about the Canadian star system. I am worried about a negative incentive—not worried about it, I am trying to find out what it is. I have nine different versions in my memo to file that I have heard about performance bonds or negative incentives.

I am worried about my competitors. I am a private broadcaster. They are always trying to get my audience and to steal my advertisers. I am worried about Ottawa's impression of my industry. I am worried that the impression is that it is a licence to print money. I am worried that it drives Ottawa to start to attack the two important tenets of private broadcasting: that is, the right to profit if you do right and if you serve an audience and attract them, and the right to go broke if you do not do well. Those are important elements in the private sector. They are what keeps us honest and what keeps us driving to give better service.

I am worried about local programming on television. I am worried about the great national "me-too-ism" for trying to produce Canadian versions of *Dallas* and putting it as conditions of licence and going through a tough economic time and finding that the only place where we can cut costs that is not a condition of licence or is not a regulation or is not one of these other things may be in local news or in local promotion or in local public relations.

I am worried about media literacy. Personally, at this point in my career, with two teen-aged children, I would rather spend less time in Ottawa dealing with the considerations of where we are going and more time with

[Traduction]

C'était l'occasion de célébrer le talent canadien. Un tiers des artistes primés n'auraient pas été là sans FACTOR; ils avaient reçu au départ des subventions de FACTOR. Et voilà que FACTOR est maintenant menacé par Ottawa.

A un certain endroit à Ottawa, on étudie une nouvelle loi sur le droit d'auteur prévoyant des droits d'exécutant. Je crains en ce qui me concerne que la plupart des radiodiffuseurs prennent l'argent qu'ils donnent à FACTOR pour acquitter ces droits.

La remise des prix Juno est également menacée. Nous y avons travaillé très fort. J'ai négocié le contrat avec la Société Radio-Canada au cours des trois dernières années. La Société Radio-Canada est tellement privée de ressources que je ne sais pas si nous pourrions continuer d'organiser cette grande célébration et de l'améliorer au cours des années.

Il semble que chaque fois que nous réussissons à mettre sur pied un projet qui a du succès, il se passe le long de la rivière Rideau quelque chose qui nous met les bâtons dans les roues. Je me fais beaucoup de souci actuellement au sujet de la réforme fiscale et de l'imposition d'une taxe de vente générale à l'échelon du pays. Je me fais du mauvais sang au sujet d'une Société Radio-Canada mal orientée et privée de fonds. La Société Radio-Canada a un rôle crucial à jouer; elle influence grandement notre industrie même si nous sommes des radiodiffuseurs privés. Le sort de FACTOR et du système de star canadienne est loin d'être assuré. Je m'inquiète des mesures de désincitation; de fait, j'essaie d'en savoir plus à leur sujet. J'ai neuf versions différentes dans mes dossiers de ce que peuvent être les garanties d'exécution ou les mesures de désincitation.

En tant que radiodiffuseur privé, je dois m'en faire au sujet de mes concurrents. Ils essaient de me prendre mon auditoire et mes publicitaires. Je n'aime pas tellement l'impression que se fait Ottawa au sujet de mon industrie. Ottawa s' imagine que je roule sur l'or. Aussi, je crains qu'Ottawa ne décide de s'attaquer aux deux piliers de l'industrie privée de la radiodiffusion: le droit de faire un profit si l'on a vu juste et si l'on réussit à desservir adéquatement un auditoire et le droit d'échouer si l'on s'est trompé dans ses calculs. Ce sont des éléments importants du secteur privé. Ils contribuent à le garder honnête et à l'inciter à toujours fournir un meilleur service.

Je me fais du souci au sujet des émissions locales à la télévision. Je déplore l'attitude des Canadiens qui veulent toujours imiter des émissions comme *Dallas*; je vois d'un mauvais oeil l'imposition de conditions de licence alors que la conjoncture est difficile et que le seul endroit où il est possible de réduire les coûts, compte tenu des conditions de licence et des règlements, est le secteur des nouvelles locales, des promotions locales ou des relations extérieures locales.

Je suis préoccupé par l'instruction que peuvent faire passer les médias. J'ai deux adolescents à la maison; à ce stade-ci de ma carrière, plutôt que d'être à Ottawa en train de discuter de nos orientations futures, je préférerais

[Text]

such things as the educational system in helping to develop better media literacy courses. I think the way my industry goes in the future is relative to how critical future generations of Canadians are and how they understand media. It really is the people who hold us accountable more than anything else.

• 1520

Those are some of my concerns, Mr. Chairman. I have probably taken more time—

The Chairman: I would like to leave a little time for questions, Mr. Sward, but I have found this fascinating, because it is a cry from the heart, obviously. Maybe part of the problem is, as Caldwell Partners have advertised in their ad for a president of the CAB, it is Canada's highest profile industry. Maybe that is why you get targeted so often.

I will ask Mr. de Corneille to begin the questioning.

Mr. de Corneille: Thank you for your presentation. Indeed, it is a *cri de coeur*, and I think it is done with genuine sincerity, not simply from a point of view of pure profit. I think we share concerns, because we certainly do not want to kill the goose that lays the egg, so we have to listen carefully to what you are trying to tell us.

I understand the Canadian Association of Broadcasters, of which you are chairman, has said that CBC radio is intruding on private radio broadcasters' turf by doing things like local news, weather, traffic, and so on. Does the doing of local news, weather, and traffic have that much impact; and if so, how much, in what ways, and where?

Mr. Sward: It does not have any impact on us as a competitor or on our business—on our return to shareholders—or on our ability to attract an audience. It is more of a structural comment. What it really says is the private sector is there and its primary mandate is to give local service. If you take 8 a.m. to 9 a.m. on CFRB Toronto and 8 a.m. to 9 a.m. on CBC Toronto, there is not a lot of difference between what the two are doing. They are basically using the same kind of local-serving techniques, with the exception the CBC has an absence of commercials, and they also have a lot of the bus backs in Toronto promoting the fact that CBC mornings are the great commercial-free alternative. So it really is not a question coming from a concern about the economics of our industry, it is a question that if we are trying to structure our resources and focus them on specific roles, then perhaps that is an area where we are duplicating services unnecessarily.

[Translation]

de loin avoir plus de temps pour mettre au point des émissions éducatives destinées à améliorer le niveau d'instruction transmis par les médias. L'avenir de mon industrie dépend de l'esprit critique des générations futures de Canadiens et de leur compréhension des médias. Ce sont les gens qui sont nos juges en définitive.

Voilà donc quelques-unes de mes préoccupations, monsieur le président. J'ai probablement pris trop de temps. . .

Le président: J'aimerais avoir un peu de temps pour les questions, monsieur Sward, mais je trouve vos propos fascinants, parce qu'ils viennent du coeur. Le problème est peut-être en partie, comme Caldwell Partners l'a indiqué dans son annonce en vue de l'embauche d'un président de l'ACR, que c'est une industrie très en vue au Canada. C'est peut-être la raison pour laquelle elle est pointée du doigt aussi souvent.

Je vais demander à M. de Corneille d'y aller d'abord avec ses questions.

M. de Corneille: Merci de votre exposé. Je crois également que c'est un cri du coeur, tout à fait sincère, non pas seulement l'opinion de quelqu'un qui est strictement intéressé au profit. Nous partageons un certain nombre de préoccupations, parce que nous ne voulons certainement pas de notre côté tuer la poule aux oeufs d'or; nous devons écouter très attentivement tout ce que les gens comme vous ont à nous dire.

Je crois comprendre que l'Association canadienne des radiodiffuseurs, dont vous êtes le président, est d'avis que la radio de la Société Radio-Canada envahit les plates-bandes de la radio privée en produisant des émissions de nouvelles locales, des émissions sur la météo, les conditions de circulation etc. Ces émissions de nouvelles, sur la météo, sur les conditions de la circulation ont-elles un si grand impact et, si oui, comment?

M. Sward: Elles n'ont pas d'impact direct sur nous en tant que concurrents; elles n'ont pas d'impact sur notre chiffre d'affaires, sur le rendement qui est assuré à nos actionnaires, sur notre capacité d'attirer un auditoire. Elles ont plutôt à voir avec le principe. Le secteur privé est censé exister surtout pour desservir le marché local. Voyez ce qui se passe de 8 heures à 9 heures à la station CFRB Toronto et à la station de la Société Radio-Canada à Toronto; il n'y a pas tellement de différence. La station de la Société Radio-Canada utilise à peu près les mêmes techniques d'émissions locales, sauf qu'elle ne passe pas de message publicitaire; elle fait un grand battage également à Toronto autour du fait que ses émissions du matin sont dénuées de messages publicitaires. Donc, ce n'est pas une situation qui modifie les données de notre industrie. Seulement, en ce qui nous concerne, nous essayons de nous organiser en vue de nous donner certains rôles précis, et nous constatons qu'à ce niveau il y a double emploi.

[Texte]

Mr. de Corneille: In other words, if they are saying that CBC is there to serve in a general sense and you are supposed to have a mandate to try to serve local needs, you cannot have them suck and whistle at the same time.

Mr. Sward: Exactly.

Mr. de Corneille: Rogers owns and operates two Toronto radio stations, I understand, CFTR AM and CHFI FM. We have been told that AM has been declining in popularity in comparison to FM radio through the absence of stereo, or at least that is what some would say, and that AM radio is moving to stereo, but slowly. Is CFTR, first of all, AM stereo now?

Mr. Sward: Yes, it is.

Mr. de Corneille: Has there been any increase in the listening audience as a result of this change? Have you any comments about what I just said concerning the declining of AM listenership? What do you think is the future? You are obviously in a rather good position as chairman of CAB to answer that.

Mr. Sward: Stereo certainly would help. AM radio would be a little bit of an advantage. The problem with AM radio, frankly, is our attitude as an industry towards it, and this is something we have to come to grips with.

CFTR has increased its audience in the last five years by 40%. We have had to learn that it is a different challenge. AM radio is—perhaps I can give you this comparison. If you can imagine a—

Mr. de Corneille: Excuse me for interrupting you. You said that CFTR has increased, AM has increased. But has the industry in general decreased?

Mr. Sward: Yes, it has.

• 1525

Mr. de Corneille: It would not have to decrease if there was a change of attitude.

Mr. Sward: That is right. I think AM's problem is one of attitude and management. Gordon Rawlinson in Calgary and I have gone against the trends. We have found different approaches to the whole challenge of AM radio. There is no doubt that networking will play a significant role in the future of AM radio.

Mr. Caldwell: I would like you to expand on networking.

Mr. Sward: Networking is primarily going to be of advantage to marginal AM radio stations. Over 50% of the AM radio stations in Canada lost money last year. Fortunately, none were mine. If you were deciding whether to own a radio station or invest in a McDonald's, you would be better off in a McDonald's.

[Traduction]

M. de Corneille: En d'autres termes, vous estimez que la Société Radio-Canada est là pour offrir un service général et que vous êtes censé de votre côté satisfaire aux besoins locaux; vous ne voulez pas que la Société Radio-Canada puisse jouer sur les deux tableaux en même temps.

M. Sward: Précisément.

M. de Corneille: Rogers est propriétaire exploitant de deux stations de radio à Toronto, CFTR MA et CHFI MF, si je comprends bien. D'aucuns nous ont dit que la radio MA est en perte de vitesse comparativement à la radio MF parce qu'elle n'offre pas la stéréophonie; cette technique à la radio MA progresse assez lentement. D'abord, CFTR offre-t-elle la stéréophonie en MA actuellement?

M. Sward: Oui.

M. de Corneille: L'auditoire s'est-il accru par suite de ce changement? Avez-vous des observations au sujet de l'évolution de l'auditoire de la radio MA? Quel est l'avenir de ce secteur? En tant que président de l'ACR vous êtes bien placé pour répondre à ce genre de questions.

M. Sward: La stéréophonie aide certainement. La radio MA peut avoir un léger avantage. Le problème avec la radio MA est l'attitude de l'industrie de façon générale; c'est un problème auquel nous devons nous attaquer.

CFTR a augmenté son auditoire de 40 p. 100 au cours des cinq dernières années. Nous nous sommes rendu compte que c'est un défi différent. Je ne sais pas si je puis vous donner un exemple; la radio MA. . .

M. de Corneille: Je m'excuse de vous interrompre, mais vous avez dit que l'auditoire de CFTR, en MA, s'était accru. L'industrie de façon générale, elle, a-t-elle constaté une baisse?

M. Sward: Oui.

M. de Corneille: La baisse pourrait être évitée s'il y avait un changement d'attitude.

M. Sward: En effet. Le problème inhérent à la radio MA est un problème d'attitude et de gestion. Gordon Rawlinson à Calgary et moi-même allons à contre-courant. Nous avons trouvé des approches différentes pour répondre au défi de la radio MA. La création de réseaux aura certainement un impact important sur l'avenir de la radio MA.

M. Caldwell: Pouvez-vous nous en dire davantage à ce sujet?

M. Sward: La création de réseaux profitera surtout aux stations marginales de radio MA. Plus de 50 p. 100 des stations de radio MA au Canada ont perdu de l'argent l'année dernière. Heureusement, aucune des miennes n'a connu ce sort. Disons que si vous aviez à décider actuellement d'investir dans une station de radio ou dans un McDonald, vous feriez mieux d'opter pour le McDonald.

[Text]

The stressed part of our industry is medium, medium-small, and small radio stations. That is where radio is at its best. That is where it has the greatest variety and is most important to people. This is where networking is going to have its greatest effect.

If a small-market broadcaster can plug into a network, and mix local and network shows, he will be able to maintain a higher programming quality, thus keeping his audience. Networking is going to have a major impact on the industry. It is the one of the few salvations for small- and medium-market radio.

Mr. Caldwell: You made the remark that CBC radio does not seem to have any focus. As you view it from the outside, what is the problem?

Mr. Sward: I did not say it had no focus. I said perhaps it should be more focussed. It should definitely be funded properly and supported in a substantial way. By focussed I mean we should once and for all come to the conclusion that CBC television should be 100% Canadian content.

I take the position that CBC radio, especially AM, if it is ever going to play a record, has no right to play anything other than a Canadian piece of music. I do not know why they are playing British rock groups. When I say focussed, I mean unabashedly Canadian.

Mr. Caldwell: We heard from the CIRPA and the CRIA earlier today, and they said that maybe it is time that the Canadian content regulations be dusted off and looked at again. What do you think about that?

Mr. Sward: I hope so. I am trying to play 40% Canadian content on CFTR because it is there, because it is the best we have, and because the audience wants it. That is how I would like to get there. If CIRPA and CRIA get a little impatient, they may again come in and try to get the regulatory baseball bat after us. But I would rather see if we cannot build on the structures, and see if we cannot go from 30% to 50% by force of the market rather than the state.

Mr. Caldwell: They also indicated that the the solid-gold format does not do anything for new artists.

• 1530

Mr. Sward: You are absolutely correct. It is a real problem we have with new Canadian talent. On the private side there is a great attraction to follow this great bulge of people my age, the sort of ageing baby-boomers—

[Translation]

Le secteur de notre industrie qui souffre le plus actuellement est constitué des stations moyennes, des stations moyennes à petites et des petites stations. Or, c'est le secteur où la radio réussit le mieux. C'est le secteur qui offre le plus de variétés et qui est le plus important aux yeux des gens. La création de réseaux aura un effet considérable à ce niveau.

Si un radiodiffuseur qui s'adresse à un marché réduit peut se joindre à un réseau et mélanger les émissions locales avec les émissions du réseau, il pourra offrir une meilleure qualité d'émissions et garder son auditoire. La création de réseaux peut être la planche de salut pour les moyennes et petites stations de radio.

M. Caldwell: Vous avez déclaré que la radio de la Société Radio-Canada ne semblait pas avoir d'orientation précise. Quel est le problème, selon vous, qui êtes de l'extérieur?

M. Sward: Je n'ai pas dit qu'elle n'avait pas d'orientation. J'ai indiqué qu'elle devait être plus orientée. Elle devrait également être financée et appuyée solidement. Pour ce qui est de l'orientation, je pense que nous devrions finalement décider que la télévision de la Société Radio-Canada doit offrir un contenu 100 p. 100 canadien.

De même, en ce qui me concerne, la radio de la Société Radio-Canada, surtout à la radio MA, si elle fait tourner un disque, n'a pas le droit de faire tourner autre chose qu'une pièce canadienne. Je ne sais pas pourquoi elle s'obstine à faire entendre des groupes rock britanniques. Lorsque je parle d'orientation, je veux dire que cette orientation doit être résolument canadienne.

M. Caldwell: Nous avons entendu la CIRPA et l'AICE, un peu plus tôt aujourd'hui; elles ont fait valoir qu'il était peut-être temps de dépoussiérer la réglementation sur le contenu canadien et d'y jeter un nouveau regard. Qu'en pensez-vous?

M. Sward: J'y compte bien. J'essaie d'avoir un contenu canadien de 40 p. 100 à CFTR parce qu'il existe, parce qu'il est ce qu'il y a de mieux et parce que l'auditoire le réclame. C'est la façon dont j'entends faire des progrès à ce niveau. Si la CIRPA et l'AICE s'impatientent, elles peuvent faire de nouvelles démarches et réclamer de nouveau le bâton de la réglementation. En ce qui me concerne, je préférerais que nous partions des structures actuelles afin de voir si nous ne pouvons pas atteindre un niveau de 30 à 50 p. 100 en réponse aux pressions du marché plutôt que de l'État.

M. Caldwell: Elles ont également indiqué que la formule des succès connus n'aidait en rien les nouveaux artistes.

M. Sward: Vous avez parfaitement raison. Il y a un problème en ce qui concerne les nouveaux talents canadiens. Du côté privé, la tendance est à s'adresser aux gens de mon âge, à la génération d'après guerre vieillissante. . .

[Texte]

Mr. Caldwell: Yuppies.

Mr. Sward: Yes, sometimes.

Ms McDonald: You are reluctant to see the 30% requirement for AM and FM. Do you think it would happen without a regulation?

Mr. Sward: I think if we build on the things we are doing, there is a chance it would.

Ms McDonald: It was not happening before there was a regulation.

Mr. Sward: On February 1, 1970, when the 30% Canadian content came in, four of my top ten records on CKGM were Canadian, including Anne Murray's *Snowbird* and a Guess Who record. It may have been a unique time, but in January 1970, 40% of the top ten I was playing... It was not because we knew Canadian content was coming; it was because they happened to be the most popular records. I do not know where it would have gone had we not rolled up and supported it.

Ms McDonald: It is obviously hypothetical. We cannot roll it back and replay it, but CRIA stated that Canadian content is being concentrated in late evening or early morning periods and notes that this is not the spirit or intent of the regulations. What would you think of requirements being more specific about playing them in peak hours or spread out in some way?

Mr. Sward: We already have those by implied condition of licence. In my last licence renewal the CRTC has asked us to submit a station policy following the hearing on where we play Canadian content. It was two years ago. They have gone across the country and done the same thing in every market they have gone to. From CAB's perspective we have developed policy guidelines. It is already being done.

Ms McDonald: Can you be a little more specific? This is a guideline; it is not an absolute condition.

Mr. Sward: That is correct. It is a condition in my company because it is a policy. They darn well better do it, but it is different in different areas for different reasons. Mine is that no hour will contain greater than 50% Canadian content; no hour will be absent of Canadian content and no hour will be less than 20% Canadian content. I guess it is no less than 20%. I think other stations have followed along those kinds of lines.

Ms McDonald: What are your views on establishing the performers' right in the Copyright Act? What are the implications?

Mr. Sward: I have a negative reaction to it, because it means that 75% to 80% of the money we will be collecting will likely be sent outside the country. We play other than Canadian artists. The tariffs would be collected and sent to those performers. I understand there is no

[Traduction]

M. Caldwell: Aux Yuppies.

M. Sward: Parfois.

Mme McDonald: Vous hésitez en ce qui concerne la règle de 30 p. 100 pour la radio MA et MF. Vous croyez possible d'atteindre ce niveau sans réglementation?

M. Sward: Si nous partons de nos structures actuelles, nous pouvons y arriver.

M. McDonald: Il ne s'était rien produit avant la réglementation.

M. Sward: Le 1^{er} février 1970, au moment où la règle de 30 p. 100 de contenu canadien a été introduite, 4 de mes 10 enregistrements les plus joués à CKGM étaient canadiens, y compris *Snowbird* de Anne Murray et un enregistrement de *Guess Who*. C'était peut-être une situation unique, mais en janvier 1970, 40 p. 100 des 10 enregistrements les plus joués... ce n'était pas parce que nous savions que la règle sur le contenu canadien était sur le point d'être introduite; c'est parce que ces enregistrements étaient les plus populaires. Je ne sais pas ce qui se serait passé si nous n'avions pas appuyé le mouvement.

Mme McDonald: La question est hypothétique. Nous ne pouvons pas revenir sur le passé, mais l'AICE estime que le contenu canadien est concentré en fin de soirée ou en début de soirée et fait remarquer que ce n'est ni l'esprit ni l'objet de la réglementation. Que pensez-vous de règles qui seraient plus précises et qui prévoiraient que le contenu canadien doit passer aux heures de grande écoute ou être mieux réparti?

M. Sward: C'est déjà une condition implicite des licences. Lors des dernières audiences du CRTC pour le renouvellement de ma licence, on m'a demandé d'explicitier la politique de ma station relativement aux heures auxquelles le contenu canadien tourne. C'était il y a deux ans. Le CRTC a procédé de la même façon sur tous les autres marchés au pays. En ce qui nous concerne à l'ACR, nous avons établi des directives à cet égard. Nous avons donc déjà agi.

Mme McDonald: Pouvez-vous être plus précis? Il ne s'agit pas d'une condition absolue, mais de directives.

M. Sward: En effet. Sauf que dans ma compagnie, c'est une condition et une politique. Elle doit être respectée, avec quelques variantes selon la région. Je veille à ce que dans la même heure il n'y ait pas plus de 50 p. 100 de contenu canadien; mais dans la même heure, il doit absolument y avoir du contenu canadien, pas moins de 20 p. 100. Il y a donc cette limite de 20 p. 100. D'autres stations ont adopté des critères à peu près semblables.

Mme McDonald: Que pensez-vous de la consécration du droit d'exécutant dans la Loi sur le droit d'auteur? Quelles en sont les répercussions possibles?

M. Sward: J'y suis réfractaire, parce qu'il signifie que 75 à 80 p. 100 de l'argent perçu ira à l'extérieur du pays. Nous faisons passer d'autres artistes que les artistes canadiens. Des droits seront perçus et envoyés à ces exécutants. Il n'y a pas d'entente réciproque. Nous

[Text]

reciprocal agreement. It would be a fact. With a country of 24 million people and the aspirations we have, I feel we should keep every penny we have here.

In our case, I think we would have to make a decision about what we are doing currently with our Canadian talent dollars. Would it end up being a copyright tariff or being spent in the areas we are now spending in? I am not enthusiastic about it.

Ms McDonald: What are your views on the CRTC regulation of spoken-word content in radio? How much non-Canadian spoken-word content is used? Are there circumstances in which the CRTC should concern itself with the use of foreign spoken-word content?

• 1535

Mr. Sward: I do not think—I know they should not consider any regulations with regard to the foreign spoken word. I think as they do they should monitor the system and if they saw something that was obscene in terms of how a Canadian broadcaster was conducting the privilege of having his licence, perhaps by hooking into an American network or something outrageous like that, then I think they should, and I would expect that they would, step in and sort it out on a case-by-case basis.

With all of these rules about content, one of the greatest discouragements is that. . . I lost one of the top programmers I had, a woman who moved to back Brussels. She said to me one day: I used to have my nose up sniffing the breezes of the community and programming to them and doing these things; now I have it in a calculator. I have so many percentages of spoken word, and so many percentages of that, and so many percentages of this. And the only way I can make this radio station go is to format it so tightly that the announcers are given, minute by minute, how much they have to say, when they have to start and stop saying it, when they have to play this record. And I have no room for spontaneity or creativity, for present tense. I have no room for somebody to go into a two- or three-minute commentary. They are gone. She is not here any more because of that.

• 1540

The Chairman: Mr. Sward and colleagues, I regret that the time has been exhausted.

Ms McDonald: Can I just put on the record. . . ?

The Chairman: I am going to give each member the opportunity to put a question on the record.

Ms McDonald: Okay. How much of the programming you provide in your MTV station in the 7 p.m. to 11 p.m. time period is in English, and how much of this programming in that time period is Canadian? What are your views on the 45% Canadian content proposal for the 7 p.m. to 11 p.m. time period? For written response.

[Translation]

sommes un pays de 24 millions d'habitants et nous avons certaines aspirations; j'estime que nous devons essayer de garder le plus d'argent possible au pays.

Également, en ce qui nous concerne, nous sommes appelés à prendre une décision au sujet de ce que nous voulons faire avec l'argent que nous consacrons habituellement au développement des talents canadiens. Devons-nous nous en servir pour payer les droits ou pour continuer de développer les talents canadiens? Je ne me réjouis pas à cette perspective.

Mme McDonald: Que pensez-vous de la réglementation du CRTC au sujet du contenu parlé à la radio? Combien y a-t-il de contenu parlé non canadien? Y a-t-il lieu à certains moments que le CRTC se préoccupe du contenu parlé étranger?

M. Sward: Je suis sûr que le CRTC devrait laisser tomber toute réglementation au sujet du contenu parlé étranger. Le CRTC devrait continuer de surveiller ce qui se passe; s'il constatait qu'un radiodiffuseur canadien abuse de sa licence, par exemple, en se branchant sur une chaîne américaine ou en faisant quelque chose d'aussi gros, il pourrait intervenir. Je m'attendrais à ce qu'il intervienne selon les circonstances.

Avec toutes ces règles sur le contenu, il y a un effet contraire. . . J'ai perdu une de mes meilleures responsables d'émissions; elle est retournée à Bruxelles. Elle me disait un jour: j'avais l'habitude de prendre le pouls de la collectivité et de préparer mes émissions en conséquence; maintenant je dois me promener avec une calculatrice. Il y a des pourcentages pour le contenu parlé et tout un tas de choses. La seule façon dont je puis faire fonctionner cette station de radio est de minuter littéralement les présentateurs, leur dicter ce qu'ils doivent dire, à quel moment ils doivent commencer et finir, ce qu'ils doivent jouer. Il n'y a plus de place pour la spontanéité, la créativité, l'improvisation selon le moment. Je ne puis permettre à qui que ce soit de faire un commentaire de deux ou trois minutes. Tout cela n'existe plus. Cette dame est partie à cause de toutes ces contraintes.

Le président: Monsieur Sward, chers collègues, je regrette, mais nous n'avons plus de temps.

Mme McDonald: Puis-je porter encore une question aux comptes rendus. . .

Le président: Je vais permettre à tout le monde une question pour le compte rendu.

Mme McDonald: Très bien. Quelles émissions sont anglaises à votre station MTV de 17 heures à 23 heures et quel est le contenu canadien au cours de cette période? Que pensez-vous de la proposition visant un contenu canadien de 45 p. 100 de 19 heures à 23 heures? Vous pouvez répondre par écrit.

[Texte]

The Chairman: Mr. Sward, we are going to supply that to you in writing—

Mr. Sward: Thank you.

The Chairman: —and we would ask you to respond in writing. Mr. de Corneille, I think you had one for the record.

Mr. de Corneille: Just a very brief question. I was curious about you saying that you had among your rules the in-house rule that there be no more than 50% content. I was wondering just what was the reason for having a maximum rule on Canadian content.

The Chairman: Earlier this afternoon the Television Bureau of Canada referred to what they described as the flagrant abuses of the spirit of the CRTC regulations on cable advertising. And they were talking about the tendency towards animation and moving objects on the CHSN channel. What is your view of this tendency, particularly as there is a theory that advertising on cable will probably impact more immediately on radio than on any other medium? We would appreciate a written response to that. And we may indeed have other questions, which we will supply to you in writing.

You have been a big help to us today. We are sorry the time is so short. We look forward to seeing you on the 24th in your other capacity.

I had a note handed to me by a spectator who has been with us for most of the day, and the observation is that everyone is going around in circles, and that the question should be: Is there a too great a choice in relation to population? The country has a population of roughly 25 million. . . too many TV stations, too many radio stations. The private sector is controlled by and dependent on advertisers and ratings—numbers of viewers. Essentially, I think, colleagues, that question is a fragmentation question. It is indeed, sir, one that we are trying to address, and we thank you for your observation.

We will move now to our next witnesses, the Canadian Media Directors Council, Mr. Richard Berndt and Mr. Hugh Dow. Gentlemen, you are most welcome. We thank you for your written presentation. We invite you to make some brief introductory remarks and then be ready for the questions from the members. Mr. Berndt, are you going to open up?

Mr. Richard C. Berndt (President, Canadian Media Directors' Council): Yes, I am. Thank you very much.

• 1545

The Chairman: Would you introduce your colleagues and then go ahead, please.

Mr. Berndt: I have with me Hugh Dow, a past president, and George Semple, the vice-president of the Canadian Media Directors' Council. I think you have copies of information, which spell out their other lives when they are not involved in the non-profit CMDC.

[Traduction]

Le président: Nous allons également vous soumettre des questions par écrit, monsieur Sward. . .

M. Sward: Merci.

Le président: . . . et vous pourrez y répondre par écrit. Monsieur de Corneille, je pense que vous voulez également porter une question au compte rendu.

M. de Corneille: Une très brève question. J'ai noté que vous aviez une règle interne qui prévoyait que vous ne deviez pas utiliser plus de 50 p. 100 du contenu canadien. Je me demandais pourquoi vous aviez un maximum pour le contenu canadien.

Le président: En début d'après-midi, le *Television Bureau of Canada* a décrit ce qu'il considérait comme des abus flagrants de l'esprit de la réglementation du CRTC dans la publicité au câble. Il parlait de la tendance à avoir recours à l'animation et au mouvement à la chaîne CHSN. Que pensez-vous de cette tendance, compte tenu, en particulier, de la théorie qui veut que la publicité au câble touche plus vite la radio? Nous aimerions avoir votre réponse écrite à ces questions. Nous pourrions en ajouter d'autres, auxquelles vous pourriez également répondre par écrit.

Vous nous avez été très utile aujourd'hui. Nous regrettons de ne pas avoir plus de temps. Nous avons hâte de vous revoir le 24 dans vos autres fonctions.

Un membre de l'auditoire qui est resté avec nous pendant presque toute la journée m'a remis une note. Selon lui, nous tournons en rond. La question que nous devrions nous poser est la suivante: Le choix est-il trop vaste par rapport à la population? Le pays a une population d'environ 25 millions d'habitants. . . Il y a trop de stations de télévision et de radio. Le secteur privé est dominé par les publicitaires et dépend d'eux ainsi que des cotes d'écoute ou du nombre d'auditeurs ou de spectateurs. La question rejoint le problème de la fragmentation, chers collègues. Nous essayons d'y répondre, cher monsieur, et nous vous remercions de votre intérêt.

Nous passons maintenant à nos prochains témoins, qui sont MM. Richard Berndt et Hugh Dow, du *Canadian Media Directors Council*. Bienvenue à vous, messieurs. Nous vous remercions de votre mémoire écrit. Nous vous invitons à faire un bref exposé et à répondre ensuite aux questions de nos membres. Vous voulez commencer, monsieur Berndt?

M. Richard C. Berndt (président, Canadian Media Directors' Council): Oui, merci beaucoup.

Le président: Voulez-vous nous présenter vos collègues et commenter.

M. Berndt: Je suis accompagné de Hugh Dow, ancien président, ainsi que de George Semple, vice-président du *Canadian Media Directors' Council*. Vous devez avoir des informations sur ce qu'ils font lorsqu'ils ne s'occupent pas du conseil, qui est un organisme à but non lucratif.

[Text]

As we are media directors and employed by advertising agencies, our comments today are confined to those specifics of the proposed broadcast policy that affect audiences: program content, program scheduling, on-air commercials, commercial scheduling, the availability of commercial time, the cost of buying commercial time, and the verification of commercial broadcasts.

It is our position that all broadcast channels, be they private or crown, radio or television, be available as advertising vehicles to carry paid on-air commercials 24 hours a day.

It is our position that on-air commercials be scheduled in a format that recognizes the broadcaster's program philosophies and the audience's enjoyment.

It is our position that programming content be of sufficient quality and interest that it generate audiences reflecting all segments of the Canadian population.

It is our position that programming be scheduled by broadcast medium and vehicle to allow the development of maximum audiences for each program offered.

It is our position that all broadcast channels, be they private or crown, radio or television, have the right to schedule programming from any source or production facility.

It is our position that all broadcast time sold for on-air commercials be priced to reflect the current competitive market conditions at the time of sale.

It is our position that audience acceptance and size will dictate the final scheduling and content of each broadcaster's programming.

Finally, it is our position that all broadcasters maintain a log, which will detail for each on-air commercial the code number, the commercial name, the advertiser, the brand, the day and the time of the commercial broadcast.

This brief, of which you have copies, addresses our positions with specific observations, which we have categorized under the following categories: Canadian Broadcast Corporation, private radio, private television, pay television, and specialty services financing the task force proposals. We would entertain your observations and questions.

The Chairman: Thank you, Mr. Berndt. That is very concise. Mr. Caldwell, would you begin, please.

Mr. Caldwell: I have had the opportunity to read your brief, and I must say you do raise some interesting thoughts. You mentioned keeping detailed logs. Of course the comments we hear from broadcasters is that they do not want to keep as tight as logs as they do because it is a very time-consuming matter. On page 6 of your brief you go back at it again and you say:

[Translation]

Nous sommes donc directeurs de médias, nous sommes employés par des agences de publicité et nous nous en tiendrons aujourd'hui aux éléments de la politique de radiodiffusion qui touchent les auditoires: contenu des programmes, horaire, publicité sur les ondes, horaire de la publicité, temps de publicité, coût des espaces publicitaires et vérification des diffusions publicitaires.

Nous considérons que toutes les chaînes de radiodiffusion, qu'elles soient privées ou appartiennent à l'État, qu'il s'agisse de radio ou de télévision, devraient être ouverts à la publicité payante, 24 heures par jour.

Nous considérons que la publicité sur les ondes doit tenir compte à la fois des principes des radiodiffuseurs et du bon plaisir des auditoires.

Nous considérons que le contenu de la programmation doit avoir une qualité et un intérêt suffisants pour attirer des auditoires dans tous les secteurs de la population canadienne.

Nous considérons que la programmation doit dépendre du type de diffusion pour attirer un auditoire maximum pour chaque type de programme.

Nous considérons que toutes les chaînes de radiodiffusion, qu'elles soient privées ou appartiennent à l'État, qu'il s'agisse de radio ou de télévision, ont le droit de diffuser des programmes de n'importe quelle provenance et de n'importe quel type de production.

Nous considérons que toutes les plages de radiodiffusion vendues à la publicité doivent être vendues à un prix qui tient compte des conditions du marché au moment de la vente.

Nous considérons que c'est l'importance et la satisfaction de l'auditoire qui doivent régir les horaires et le contenu de toute programmation.

Enfin, nous considérons que les radiodiffuseurs devraient tenir à jour un état des publicités qui fassent sur les ondes avec un numéro de code, le nom de la publicité, le commanditaire, la marque, l'heure et le jour de diffusion.

Ce mémoire, dont vous avez des exemplaires, expose notre position et contient des observations précises que nous avons réparties dans les catégories suivantes: Société Radio-Canada, radio privée, télévision privée, télévision payante et services spécialisés pour financer les propositions du groupe de travail. Nous sommes maintenant prêts à écouter vos observations et vos questions.

Le président: Merci, monsieur Berndt. Voilà qui est très concis. Monsieur Caldwell, je vous en prie.

M. Caldwell: J'ai eu l'occasion de lire votre mémoire et je dois dire que vous apportez des idées intéressantes. Vous avez parlé de tenir un état détaillé; bien sûr, les radiodiffuseurs nous disent qu'ils ne veulent pas tenir d'état aussi détaillé, car cela leur prend beaucoup de temps. A la page 6 de votre mémoire, vous revenez sur la question et vous dites:

[Texte]

... detailed logs necessary for the advertiser and agencies to determine, if in fact, the commercials ran as purchased.

Are you indicating that there are cases where you do not feel the commercials have been run? Is this a prevalent situation?

Mr. Berndt: No, I think it is a fact of life that commercials do not run necessarily when they have been scheduled, and that can be an error on the part of the traffic department. It can be that it is a block buy for a very large package goods company and therefore the specific brand you want to have run does not run. This is our way of checking to ensure that the actual commercial does in fact run in a specific program or a specific time.

Mr. Caldwell: Why can you not do that yourself?

Mr. Berndt: We have no way of checking when commercials run in various stations across this country. There is no way in which we can monitor what is happening in the 67 different television stations across the country.

Mr. Caldwell: I guess the point I am making is that you seem to think it is quite prevalent, that it happens quite often, because you are asking the broadcaster to go to a great deal of detail on the matter of the log.

Mr. Berndt: Let me have Mr. Dow respond to that.

Mr. Hugh Dow (Past President, Canadian Media Directors' Council): No, it certainly does not happen a great deal. Some of our checks reveal it is probably in the 2%, perhaps 3% range, but for any one advertiser that can be a fairly significant proportion of its advertising investment, which does not actually go to air. It certainly is important from our point of view and obviously we are accountable to report back to our clients that stuff we have purchased has actually gone to air and that the correct commercials were aired.

Mr. Caldwell: Of course if you wanted to be devious about it the guy could write on there that it ran anyway and send you the numbers and the whole thing, even though it may not have run. However, that is another point.

Mr. George H. Semple (Vice-President, Canadian Media Directors' Council): It could be a little illegal too.

Mr. Caldwell: The only thing I am saying is that I do not recall—and I spent a great deal of time in radio—it happening all that often. I am just saying that—

• 1550

Mr. Berndt: I suggest it does not happen nearly as often in radio as it does in television.

Mr. Caldwell: It could be because a program is pre-empted.

[Traduction]

... des états détaillés dont les commanditaires et les agences ont besoin pour déterminer si la publicité qu'ils ont achetée a bien été faite.

Comme vous l'avez dit, dans certains cas, vous avez l'impression que la publicité ne passe pas. C'est très répandu?

M. Berndt: Non, mais le problème, c'est que très souvent, la publicité ne passe pas à l'heure prévue; parfois il s'agit d'une erreur du département de mise en ondes. Une grosse compagnie peut acheter un bloc de publicité pour plusieurs produits, et la marque que vous tenez à voir passer ne passe pas. De cette façon-là, nous pouvons vérifier que la publicité passe pendant un programme particulier à une heure donnée.

M. Caldwell: Pourquoi ne le faites-vous pas vous-même?

M. Berndt: Nous ne pouvons pas vérifier que toutes les publicités passent dans toutes les stations. Nous n'avons aucun moyen de contrôler ce qui se passe dans 67 stations de télévision dans tout le pays.

M. Caldwell: Vous semblez penser que c'est très répandu, que cela se produit très souvent, car vous demandez aux radiodiffuseurs de tenir ces états avec beaucoup de détails.

M. Berndt: Je vais demander à M. Dow de répondre à cette question.

M. Hugh Dow (ancien président, Canadian Media Directors' Council): Non ce n'est certainement pas très répandu. D'après nos vérifications, il s'agit peut-être de 2 ou 3 p. 100 des cas, mais pour un commanditaire, cela peut représenter une portion importante de son investissement de publicité qui ne passe pas. De notre point de vue, c'est certainement très important, et nous sommes responsables envers nos clients, nous devons faire en sorte que ce que nous avons acheté soit en fait diffusé comme prévu.

M. Caldwell: Bien sûr, il est toujours possible de tricher et d'inscrire tous les détails sur la publicité, alors qu'en réalité, elle n'est pas passée. Quoi qu'il en soit, c'est une autre affaire.

M. George H. Semple (vice-président, Canadian Media Directors' Council): Cela pourrait même être quelque peu illégal.

M. Caldwell: Tout ce que je vous dis, c'est que je me suis beaucoup occupé de radio, et je ne me souviens pas que cela ait été si fréquent. Je pense seulement. . .

M. Berndt: Je pense que c'est loin de se produire aussi souvent à la radio qu'à la télévision.

M. Caldwell: Il peut arriver qu'un programme soit supprimé.

[Text]

Mr. Berndt: It is because of the way we buy radio. We buy radio by time period and blocks of time. In television, as you know, we buy it by program in very small time segments.

Mr. Caldwell: You say that the CBC should maximize audiences, and therefore revenues, through strong competitive program scheduling, and should pursue such avenues as simulcasting. Are you referring to simulcasting on TV and FM radio?

Mr. Berndt: No, in this instance we are talking of simulcasting in terms of television simulcasting, basically running in Canada programs that emanate from the United States at the same time.

Mr. Caldwell: In most cases they do.

Mr. Berndt: This is right, and we want to ensure it continues.

Mr. Caldwell: There is no problem with it at the present time.

Mr. Berndt: No.

Mr. Caldwell: You also mention on page 7 that private television should not become overly restrictive in terms of Canadian-content requirements. Are you indicating that we have to be careful not to over-Canadianize the networks so that audiences drop? Is this what you are getting at there?

Mr. Semple: Our basic concern is one of not over-legislating. We think there are individual market conditions. We think the current legislation and current Canadian content are fair. What we do not want to see is further time restrictions. There tends to be some confusion when we talk about prime time. We talk 7 to 11 p.m. as a classic prime time but you do get into individual market conditions where we and the station may regard prime time as being 6 p.m. to 7 p.m. or 11 p.m. to midnight, depending on the individual target group. We are trying to advocate that we give the stations as much flexibility in the time period.

Mr. Caldwell: You think the 45% is a little bit too stiff.

Mr. Semple: We think it will be too stiff if we restrict it to the 7-to-11 p.m. period, yes.

Mr. Caldwell: Is it your philosophy...? In going through your brief, I had the impression that the industry should be market driven and that if it takes an American program to get the ratings up higher, then so be it; this is the way we should be going, doing anything we can do to get audience ratings up.

Mr. Semple: Not "anything".

Mr. Caldwell: Well, qualified.

Mr. Semple: We tried to position... Implicit in the information we received and were asked to respond to, or felt we should respond to, there seemed to be a belief that

[Translation]

M. Berndt: Cela tient à la façon dont nous achetons le temps de radio. Nous achetons le temps de radio par période et par bloc. À la télévision, comme vous le savez, nous l'achetons par programme, en très petits segments.

M. Caldwell: Vous dites que Radio-Canada devrait chercher à agrandir ses auditoires, et par conséquent ses revenus, grâce à des programmes très concurrentiels, et également faire de la programmation simultanée. Vous parlez de programmation simultanée à la télévision et à la radio FM?

M. Berndt: Non, dans ce cas, il s'agit de programmation simultanée à la télévision, c'est-à-dire de passer au Canada des programmes qui passent sur les stations américaines en même temps.

M. Caldwell: C'est très souvent le cas.

M. Berndt: C'est exact, nous voulons que cela continue.

M. Caldwell: Pour l'instant, cela ne pose pas de problème.

M. Berndt: Non.

M. Caldwell: À la page 7, vous dites que la télévision privée ne devrait pas être trop restrictive pour ce qui est du contenu canadien. Vous dites que nous devons prendre garde et ne pas surcanadianiser les réseaux, ce qui risque de faire fuir les auditoires. C'est bien ce que vous voulez dire?

M. Semple: Nous voulons surtout qu'on n'abuse pas de la législation. Nous pensons que certaines conditions de marché particulières existent. La législation actuelle et les règlements relatifs au contenu canadien sont équitables. Nous ne voulons pas qu'ils deviennent plus restrictifs encore. Le temps de haute écoute donne lieu à certaines confusions; de notre côté, nous considérons qu'il s'agit de la période de 7 heures à 11 heures du soir, mais il y a des marchés où le temps de haute écoute peut se situer entre 6 heures et 7 heures du soir ou entre 11 heures et minuit. Cela dépend des groupes visés. Nous voulons que les stations disposent d'une certaine marge de manoeuvre.

M. Caldwell: Vous dites que 45 p. 100, c'est un peu excessif.

M. Semple: Nous pensons que ce sera excessif si c'est limité à la période de 7 heures à 11 heures du soir, effectivement.

M. Caldwell: Vous considérez...? En parcourant votre mémoire, j'ai eu l'impression que l'industrie devait se laisser régir par le marché et que s'il fallait des programmes américains pour faire augmenter les cotes d'écoute, amen. Autrement dit, n'importe quoi pour agrandir les auditoires.

M. Semple: Pas «n'importe quoi».

M. Caldwell: Avec des réserves.

M. Semple: Nous avons essayé de placer... D'après les informations que nous avons reçues, les questions sur lesquelles on nous a demandé notre opinion, il nous a

[Texte]

we should be moving even into tighter restrictions, both in terms of having more Canadian content and tighter time periods in which to run the Canadian content.

If you recognize that one of our concerns on behalf of Canadian advertisers is to try to maintain a reasonable cost of doing business in the market, then you will realize that a response is to try to achieve as closely as we can a reasonable status quo.

We feel that the cost of purchasing American programming that allows either the CBC or the private broadcasters to generate 'quite substantial revenues because they can sell them at a good price with low programming costs in turn generates higher revenues for them to develop better-quality Canadian programming. We see this as an ideal situation. It is a reality in the marketplace, so let us take advantage of it.

If we did not and if we have more Canadian content, we already have seen that when cable comes into a new market, automatically there is a loss of audience to those U.S. stations to watch U.S. programming. There is obviously, from the viewers' position, a desire to watch U.S. programming. We are saying to at least take advantage of it where it is reasonable, as long as we still have a good balance between Canadian and U.S. programming.

Mr. Caldwell: You do not seem to feel that the way the government purchases air time is getting the best bang for the buck. I guess the government must assume that they want to go on Canadian programming only. Am I correct in this?

Mr. Semple: I guess I am in a somewhat unique position in having at one time been responsible for purchasing Canadian air time for the Government of Canada.

Mr. Caldwell: Was I right? Do they only want to purchase Canadian programming?

Mr. Semple: Yes. I was initially the president of Canadian Media Corporation, which as you may realize was one of the initial agents of records.

Mr. Caldwell: We should be on *Dallas*, rather than on *The Beachcombers*.

Mr. Semple: I am not saying we should be on either. I am saying that there is as much a responsibility to spend the money efficiently and effectively. If it is broadcast then why should we not be able to buy it?

Mr. Caldwell: Maybe Ms McDonald will follow it up for me.

[Traduction]

semblé que les restrictions allaient s'aggraver, à la fois pour ce qui est du contenu canadien et également pour les périodes réservées à ce contenu canadien.

Nous sommes les porte-parole des agences de publicité canadiennes, et à ce titre, nous cherchons à contrôler les coûts, et vous comprendrez que nous tenions à conserver le statu quo dans toute la mesure du possible.

Nous considérons que lorsque Radio-Canada ou les radiodiffuseurs privés achètent des programmes américains, ils en tirent des revenus considérables, car ils peuvent les vendre à un bon prix après les avoir achetés à un prix raisonnable; ces bénéfices leur permettent de produire des programmes canadiens de meilleure qualité. Pour nous, c'est une situation idéale. C'est une réalité du marché, il faut en profiter.

A l'inverse, en augmentant le contenu canadien, on a déjà pu constater que lorsque le câble s'installe dans un nouveau marché, automatiquement il y a une perte d'auditoire au bénéfice des stations américaines. De toute évidence, les spectateurs tiennent à voir les programmes américains. Nous pensons qu'il faut en profiter dans toute la mesure du possible, à condition de conserver un bon équilibre entre programmation canadienne et programmation américaine.

M. Caldwell: Apparemment, vous ne pensez pas que les méthodes du gouvernement lorsqu'il achète du temps d'antenne soient les plus rentables. Le gouvernement doit penser que seule la programmation canadienne fait l'affaire. C'est bien cela?

M. Semple: Je suis dans une position assez unique, ayant déjà été responsable de l'achat de temps d'antenne canadien pour le compte du gouvernement du Canada.

M. Caldwell: Je ne me trompais pas? Ils tiennent à acheter uniquement des programmes canadiens?

M. Semple: Oui. Au départ, j'ai été président de la *Canadian Media Corporation*, une des premières agences dans ce secteur, comme vous le savez peut-être.

M. Caldwell: Nous devrions passer pendant *Dallas* et non pas pendant *The Beachcombers*.

M. Semple: Je ne parle ni de l'un ni de l'autre, mais je pense qu'il faut avant tout chercher à rentabiliser les déboursés. Si un programme est diffusé, pourquoi ne pas acheter du temps d'antenne?

M. Caldwell: M^{me} McDonald prendra peut-être la relève?

• 1555

Ms McDonald: I take it you do not agree with the Broadcasting Act, that broadcasting is serving a function of strengthening and enriching the social, economic, political, and cultural fabric of Canada. You seem to think it is solely there to provide a vehicle for reaching markets.

Mme McDonald: Je suppose que vous n'êtes pas d'accord avec la Loi sur la radiodiffusion, et que vous ne pensez pas que la radiodiffusion sert à renforcer et à enrichir le tissu social, économique, politique et culturel du Canada. Vous semblez penser que c'est uniquement un vecteur pour atteindre vos marchés.

[Text]

Mr. Semple: No. That is an extreme interpretation of what we are saying. What we are differing in is our approach to it.

Ms McDonald: So you would agree that broadcasting has functions other than making money and advertising.

Mr. Semple: Indeed.

Mr. Berndt: We said we wanted to reach all segments of the population with equal broadcasting opportunities.

Ms McDonald: You say that all broadcast channels should be open 24 hours a day for carrying on-air commercials. I assume this means news programming, religious programming, children's programming.

Mr. Berndt: That is right, yes.

Ms McDonald: No program without advertising.

Mr. Berndt: Why should one program be so sacred that it cannot carry advertising? Or why would any program be sullied by its carrying advertising? All programming should be open for advertising messages.

Ms McDonald: You say that on-air commercials should be scheduled in a format that recognizes the broadcaster's program philosophies and the audience's enjoyment. I happen to be a serious viewer, and I take advertising very seriously. I suffer from advertising: I feel that my oven is not clean enough, that my feet hurt, and that my stomach is upset. I identify with all this.

I think audiences would like to be able to see some programming without advertising, particularly drama, where it interferes with the flow. Parents do not want to see advertising on children's programming. They find it hard when their children demand certain products. Some people find it inappropriate to have advertising in news, where it could interfere with editorial independence. If you make audience preferences your criterion, and you know that many people do not like advertising all the time, how can you favour advertising in every program?

Mr. Dow: I would refer to pay television. One of the marketing features of the movie service is the lack of commercials. One looks at the penetration of pay television, which is, in terms of total households, in the region of 5% or 6%.

Ms McDonald: But you are not answering my question.

Mr. Berndt: In asking it, you assume that audiences do not like commercials.

Ms McDonald: Some would indeed like to have some commercial-free programming.

[Translation]

M. Semple: Non, c'est une interprétation excessive de notre position. C'est notre démarche qui diffère.

Mme McDonald: Donc, vous êtes d'accord pour reconnaître que la radiodiffusion n'existe pas uniquement pour faire de l'argent et permettre la publicité.

M. Semple: Absolument.

M. Berndt: Nous avons dit que nous tenions à atteindre tous les secteurs de la population, à offrir à tous les mêmes possibilités de diffusion.

Mme McDonald: Vous dites que tous les canaux de radiodiffusion devraient pouvoir diffuser de la publicité 24 heures par jour. J'imagine que les programmes de nouvelle, les programmes religieux, les programmes d'enfant sont compris là-dedans?

M. Berndt: Exactement, oui.

Mme McDonald: Pas de programme sans publicité.

M. Berndt: Pourquoi un programme devrait-il être si sacré qu'on ne puisse pas faire de publicité? Ou encore, pourquoi penser que la publicité peut souiller un programme? Toute la programmation devrait permettre la diffusion de messages publicitaires.

Mme McDonald: Vous dites que la publicité sur les ondes devrait être organisée en tenant compte des principes des radiodiffuseurs et du bon plaisir des auditoires. Il se trouve que je suis une auditrice très sérieuse, que je prends la publicité très au sérieux. Je souffre de la publicité. Je m'aperçois que mon four n'est pas assez propre, que j'ai mal aux pieds, que j'ai des douleurs d'estomac. Je me sens visée par tout cela.

Je pense que les auditoires devraient pouvoir regarder certains programmes sans publicité, en particulier les dramatiques, car la publicité interrompt le fil de l'histoire. Les parents ne veulent pas de publicité pendant les programmes d'enfants. Cela leur complique la vie lorsque leurs enfants leur réclament certains produits. Il y a des gens qui s'opposent à ce qu'il y ait de la publicité pendant les programmes de nouvelles, ce qui pourrait porter atteinte à l'impartialité du programme. Si votre seul critère, ce sont les préférences des auditoires, et vous savez qu'il y a beaucoup de gens qui n'aiment pas voir de la publicité en permanence, comment pouvez-vous réclamer de la publicité pour tous les programmes?

M. Dow: Pensez à la télévision payante. Un des arguments de vente du service de film, c'est qu'il n'y a pas de publicité. Or, si on se penche sur la situation, on constate que la télévision payante atteint dans la région 5 à 6 p. 100 des foyers.

Mme McDonald: Mais vous ne répondez pas à ma question.

M. Berndt: Vous supposez que les auditoires n'aiment pas la publicité.

Mme McDonald: Effectivement, il y en a qui préféreraient voir certains programmes sans publicité.

[Texte]

Mr. Berndt: What we said is that we expect common sense on the part of broadcasters with respect to where commercials are scheduled. This irritant occurs mostly in movies that were not developed or produced for television. When you look at programming developed for television, then you will usually find that the editing process is such that the commercials are not an irritant.

Ms McDonald: You say viewers prefer American programming. I do not believe it. There is lots of evidence that when viewers are given the option of quality Canadian programming—and by “quality” I mean bucks into the production—they are very happy with it.

Mr. Berndt: No one denies it. But you can count on your hand the number of good Canadian products that come out each year.

Ms McDonald: Comparing dollar for dollar, is there any preference of Canadians for American programming?

Mr. Berndt: This we do not know. We say only that there is very little good Canadian programming in comparison to that which is available from the United States.

One of the things we have addressed is the CBC's responsibility to schedule its programming correctly. If they produce good, blockbuster programming and then wantonly schedule it against the U.S. version of the same thing, then I think they are robbing Canadians of the chance to see native programming.

• 1600

Ms McDonald: Okay. There are other considerations. We had serious composers before us this morning, and they said there is no way they are ever going to be commercially very successful. They think if they got somewhat more exposure, tastes would change and people would understand and like their music more; but they do not see that they are going to be commercially successful. But their argument—and I am inclined to agree with it—is that there is a place for them in radio and television, even though it is not commercially successful; that they are reflecting something Canadian, their own independent creativity, and it should be on the air. Do you agree?

Mr. Berndt: Sure.

Ms McDonald: So how would it get on the air?

Mr. Berndt: I think we have indicated here that we would expect there would be opportunities for programming that reflect all the tastes and wants of the Canadian population. We are still suggesting that.

Mr. Semple: We seem to be getting into an either-or situation concerning whether it is Canadian or U.S.; at

[Traduction]

M. Berndt: D'un autre côté, nous faisons confiance aux radiodiffuseurs, nous pensons qu'ils font preuve de bon sens en choisissant les plages de publicité. La publicité est irritante surtout pendant les films qui n'ont pas été réalisés ou produits pour la télévision. Quand vous regardez des programmes réalisés pour la télévision, d'ordinaire, les coupes sont faites de telle façon que ce n'est pas irritant.

Mme McDonald: Vous dites que les auditoires préfèrent les programmes américains. Je ne suis pas d'accord. Lorsqu'on offre aux auditoires des programmes canadiens de qualité, et quand je dis «qualité», je parle de programmes pour lesquels on n'a pas pleuré le financement, ils sont très satisfaits.

M. Berndt: Personne ne le conteste. Mais vous pouvez compter sur les doigts d'une main le nombre de programmes canadiens de qualité qui sont produits chaque année.

Mme McDonald: Si on fait une comparaison dollar pour dollar, est-ce que cette préférence pour les programmes américains vaut toujours?

M. Berndt: Nous n'en savons rien. Nous prétendons simplement qu'il y a très peu de bons programmes canadiens par comparaison avec ce qui se fait aux États-Unis.

Un des sujets que nous avons traités, c'est la nécessité pour Radio-Canada de mettre de l'ordre dans ses horaires. Si Radio-Canada produit des programmes exceptionnels, de haute qualité, pour les diffuser en même temps qu'un programme américain équivalent, il prive les Canadiens d'une occasion de voir de bons programmes nationaux.

Mme McDonald: D'accord. Il y a d'autres considérations. Ce matin, des compositeurs très sérieux sont venus nous dire qu'ils n'avaient aucune chance de jamais remporter de grands succès commerciaux. Ils pensent que s'ils étaient plus diffusés, le goût des gens évoluerait et qu'on finirait par mieux comprendre leur musique. Mais ils ne pensent pas avoir la moindre chance de remporter de grands succès commerciaux. Cela dit, ils considèrent, et je suis assez d'accord avec cette position, qu'ils ont leur place à la radio et à la télévision, même sans avoir beaucoup de succès. Ils témoignent d'une réalité canadienne, ils manifestent leur créativité indépendante, ils ont leur place sur les ondes. Vous êtes d'accord?

M. Berndt: Certainement.

Mme McDonald: Alors, comment peut-on diffuser leur musique?

M. Berndt: Nous avons dit qu'il faut donner à la population canadienne des programmes qui tiennent compte des goûts et des souhaits de tous. Nous ne changeons pas d'avis.

M. Semple: J'ai l'impression que nous sommes en train de dire qu'il faut choisir, c'est soit le Canada soit les États-

[Text]

least that is what I am picking up. What we are saying is there is economically an opportunity to maintain a mix. There is a situation where stations can generate, and the CBC can generate, moneys by getting a good return on the investment of buying U.S. programming. If they can do that, it means they can generate more funds to have greater quality and more Canadian productions. There is generally a greater need, I think, for upgrading the total quality of Canadian productions... than to the heights that any one, for example, *Anne of Green Gables* can rise to.

So we agree with you to that extent. But maybe we are getting into a situation where you believe it is an either-or scenario that we are presenting.

Ms McDonald: No, I am just trying to understand your position. You say programming should be scheduled by the broadcast medium and vehicle to allow the development of maximum audiences for each program offering. Does "maximum audience" include a notion of a small audience in the case, say, of serious music or ballet? Ballet, for example, was an example given to us, that it gets an audience of say 700,000, which is not a lot for TV but would be more than a year of people attending performances in an opera house.

Mr. Semple: Not "largest"; "maximum". We recognize—

Ms McDonald: "Maximum" could be small.

Mr. Semple: Yes, it could be a very specific "demographic", a very desirable demographic, people who are up-scale culturally or moved by other areas than mass programming. There still is a need to try to reach them through the advertising area. As long as it is priced realistically, there is an opportunity to reach those people. So "maximum" can be interpreted to mean not just numbers but a "demographic" or socio-economically desirable group to advertise to.

Mr. de Corneille: I find your presentation interesting, in that perhaps in the effort to be succinct it sometimes may provide your own membership with the feeling that you have come forward on behalf of private enterprise, but at the same time, in explaining it, it may require some further modifications. For example, you say all broadcast channels on radio and television should be available as advertising vehicles to carry paid on-air commercials 24 hours a day. Do you really want advertisements on CBC radio, on TVOntario, and stations such as CJRT? Is this because of a kind of divine right of advertising theory?

Mr. Berndt: Our feeling is yes, we should have the opportunity to advertise on all those stations. They are audiences, and we can capitalize on them. There is a shortage of inventory, of time to buy. Therefore if there is an opportunity to buy on those stations, it helps to

[Translation]

Unis. De notre côté, nous pensons que la réalité économique permet de concilier les deux. La situation est telle que les stations et Radio-Canada peuvent gagner de l'argent et faire des bénéfices sur leurs investissements en achetant des programmes américains. Dans ces conditions, ils ont plus d'argent pour produire des programmes canadiens plus nombreux et de meilleure qualité. D'une façon générale, je pense qu'il serait bon d'améliorer la qualité des productions canadiennes, et on pense à des programmes exceptionnels comme *Anne*: La maison aux pignons verts.

Dans cette mesure, je suis donc d'accord avec vous. Mais vous semblez penser que nous imposons un choix aux gens.

Mme McDonald: Non, je cherche seulement à comprendre votre position. Vous dites que la programmation doit être diffusée à des heures qui permettent d'attirer des auditoires maximums. Par «auditoires maximums», est-ce que vous entendez également un petit auditoire qui serait attiré par de la musique sérieuse ou un ballet? On nous a cité l'exemple du ballet qui attire peut-être 700,000 personnes, ce qui n'est pas énorme pour la télévision, mais qui représente l'équivalent d'une année de spectateurs pour une salle d'opéra.

M. Semple: Nous avons dit «maximum» et non pas le plus gros auditoire possible. Nous savons...

Mme McDonald: «Maximum», cela peut être un petit auditoire.

M. Semple: Effectivement, un petit segment «démographique», une minorité démographique de gens très cultivés ou de gens qui sont attirés par autre chose que les programmes destinés aux masses. La publicité cherche à atteindre ces gens-là également. Tant que les prix sont réalistes, il est possible d'atteindre ces gens-là. Ainsi, quand nous disons «maximum», il ne s'agit pas uniquement de chiffres, mais il peut s'agir d'un groupe socio-économique ou «démographique» qui intéresse les commanditaires.

M. de Corneille: Votre intervention est intéressante, car, en souhaitant être succinct, vous avez peut-être donné à vos propres membres l'impression que vous défendiez l'entreprise privée. En même temps, certaines précisions sont peut-être nécessaires. Par exemple, vous dites que toutes les chaînes de radio et de télévision devraient accueillir la publicité payée 24 heures par jour. Vous ne voulez pas vraiment faire de la publicité à la radio de Radio-Canada, à TVOntario, et dans des stations comme CJRT? S'agit-il vraiment d'un droit divin de la théorie publicitaire?

M. Berndt: Nous pensons qu'effectivement, il devrait être possible de faire de la publicité dans toutes ces stations. Ce sont des auditoires, nous pouvons capitaliser sur ces auditoires. Il y a pénurie de temps d'antenne. Par conséquent, s'il était possible d'acheter du temps

[Texte]

alleviate the shortage of time for advertisers, bringing down the cost of advertising.

Mr. Semple: I am not disagreeing with Dick, but I am going to give another interpretation. As you would understand, this is not exactly an area, in terms of developing this type of brief, that we are comfortable with, because we try to take some very complicated, complex issues and try to make them, as you had outlined, as concise as possible. So sometimes you get into catch-all statements.

I think the marketplace is strong enough and healthy enough to have specific exceptions. For example, CBC is non-commercial on the radio now, and the marketplace has sufficiently recovered to accept that, although there still is a belief that it was a real lost opportunity, because there was a very specific type of person who listened to CBC Radio and who some advertisers would still like to have an opportunity to send a message to. . . which now no longer is open. Trying to get away from a maximum or a minimum situation, I guess we feel there should be at least some opportunities, not necessarily always taken to the extreme of always 24 hours and always every commercial break.

• 1605

Mr. de Corneille: I do not want to try to create the impression that I am saying it is simple. All broadcast channels, private or Crown, radio or television, have the right to schedule programming from any source or production facility. It makes one wonder if you are saying you oppose any Canadian content requirements for radio or television. When you say "right from any source or production facility", you are saying you feel there is some restriction at the present time from having it from some source or other or you are saying you feel there should be no restrictions on the amount you are using. Is that what you are saying or are you qualifying it?

Mr. Berndt: We are qualifying it to the degree that we do not believe it. We suggested to the CBC that they abandon American broadcasting and American produced shows.

Mr. de Corneille: That leads into an interesting question. It will be interesting to have your help on this. When you hear that the CBC is going to go into 95% Canadian content, in your view as advertisers, will it affect the revenue of CBC? If so, how?

Mr. Dow: Some of the more attractive properties the CBC is carrying in terms of audience delivery and in terms of efficiency of advertising are of U.S. origin. If those disappear, it means there will be less choice and obviously the revenue could suffer. It would also mean some of those properties would be picked up competitors

[Traduction]

d'antenne dans ces stations, cela remédierait à cette pénurie pour les commanditaires, cela ferait baisser les prix.

M. Semple: Je ne suis pas contre la position de Dick, mais je vais vous donner une autre interprétation. Comme vous le comprenez, nous ne sommes pas particulièrement à l'aise dans ce domaine, car dans notre mémoire nous avons essayé, comme vous l'avez observé, de traiter de la façon la plus concise possible des questions particulièrement complexes et compliquées. Les généralisations sont parfois un écueil.

À mon avis, le marché est suffisamment fort, suffisamment sain pour supporter des exceptions. Par exemple, le réseau de radio de Radio-Canada ne diffuse pas actuellement de publicité, et le marché a suffisamment récupéré pour accepter cela, même si certains y voient toujours une occasion perdue, à cause des caractéristiques de l'auditoire de Radio-Canada, qui intéressent les commanditaires, mais qui leur échappent. En tentant de s'écarter d'un maximum ou d'un minimum, nous pensons qu'il devrait tout de même y avoir des occasions, sans aller forcément jusqu'à la situation extrême de 24 heures par jour, avec toutes les coupures publicitaires.

M. de Corneille: Ce que je vais dire n'est peut-être pas aussi simple qu'il y paraît. Toutes les chaînes de radiodiffusion, qu'elles soient privées ou qu'elles appartiennent à l'État, qu'il s'agisse de radio ou de télévision, ont le droit de diffuser des programmes de n'importe quelle provenance. On pourrait en déduire que vous êtes contre les exigences relatives au contenu canadien pour la radio et la télévision. Quand vous dites: «le droit. . . de n'importe quelle provenance», vous voulez dire que certaines sources sont actuellement assujetties à des restrictions ou alors qu'à votre avis il ne devrait pas y avoir de restriction sur la quantité des programmes utilisés. C'est bien ce que vous dites, ou bien est-ce une réserve que vous exprimez?

M. Berndt: Dans la mesure où nous ne le croyons pas, nous exprimons une réserve. Nous avons suggéré à Radio-Canada d'abandonner les diffusions américaines et les spectacles produits aux États-Unis.

M. de Corneille: Cela nous amène à une question intéressante. Votre position sera particulièrement intéressante. Quand vous entendez dire que Radio-Canada va diffuser des émissions de contenu canadien à 95 p. 100, en votre qualité de commanditaire, est-ce que vous pensez que cela portera atteinte au revenu de Radio-Canada, et de quelle façon?

M. Dow: Parmi les programmes diffusés par Radio-Canada et qui attirent le plus grand auditoire, il y en a un certain nombre qui sont d'origine américaine. Si ces programmes disparaissent, il y aura moins de choix, et bien sûr, les revenus pourraient en souffrir. D'autre part, ces programmes-là seront repris par les concurrents de

[Text]

to the CBC and quite naturally advertising dollars would drift away from the CBC and into the competition.

Mr. de Corneille: If this happens perhaps it would leave the CBC less available for advertising opportunities, but does it increase the potential for a third English-language network and advertising on it?

Mr. Semple: It creates the opportunity for a third network, but from our viewpoint this market is already quite heavily fragmented. We are going to introduce yet another network and fragment it even further. The marketplace will become extremely fragmented and extremely costly. There are good points and bad points. If the CBC decides to go non-commercial, I guess we would welcome another network, but a little bit grudgingly because there is a heavy cost to be paid by the advertiser for it.

Mr. de Corneille: Is there any inconsistency on the point that on the one hand you are saying there is fragmentation, and on the other hand you think there ought to be more competition? What is the distinction between more fragmentation and more competition?

Mr. Semple: Two aspects contribute to fragmentation, not just that of the Canadian stations, but that of the U.S. stations coming into the marketplace. I am sure you have heard the numbers before. Some 23% or 24% of total hours of viewing by Canadians are spent viewing U.S. stations. It contributes to fragmentation in a significant way. I guess we would prefer to see a situation where the fragmentation was generated solely by Canadian stations and therefore the total inventory they have would be available to us.

Mr. de Corneille: I would like to pursue that further, but to get more information, what difference would it make to media buyers if advertisers could claim a 150% deduction for the cost of advertising on Canadian programs? Would they become more attractive buys for advertisers because the effective cost-per-thousand rate would be reduced? If not, why not? It is the final question on this whole matter. You are aware of the advertisers and could give us some idea of how they might respond to that proposal.

Mr. Berndt: If you are cutting the cost, we would be very interested. Our cost of doing business would be reduced by that amount.

Mr. de Corneille: Would it reduce the total amount spent or would it just give a break?

Mr. Semple: It would not reduce the amount spent. I do not think so.

Mr. de Corneille: The same amount of money would be going to the industry.

Mr. Semple: Yes.

The Chairman: Thank you, Mr. de Corneille, and thank you, gentlemen, for your presentation today. We may have a few after-the-fact questions which we will submit to you in writing. It was an interesting

[Translation]

Radio-Canada, qui attireront en même temps les revenus publicitaires.

M. de Corneille: Si cela se produisait, Radio-Canada offrirait moins de possibilités de publicité, mais en même temps, cela ouvrirait la porte à un troisième réseau en langue anglaise avec toute la publicité que cela suppose?

M. Semple: Cela ouvre la porte à un troisième réseau, mais nous considérons que ce marché-là est déjà terriblement fragmenté. Un troisième réseau viendrait le fragmenter encore plus. Plus le marché est fragmenté, plus il est coûteux. Il y a des avantages et des inconvénients. Si Radio-Canada décide de supprimer la publicité, nous serons heureux d'accueillir un autre réseau, mais avec certaines réserves, car cela coûtera très cher aux commanditaires.

M. de Corneille: Est-ce que vous n'êtes pas un peu illogique quand vous parlez de cette fragmentation en ajoutant qu'à votre avis il faut augmenter la concurrence? Quelle est la différence entre fragmentation et concurrence?

M. Semple: Il y a deux aspects qui contribuent à la fragmentation, pas seulement dans les stations canadiennes, mais également dans les stations américaines qui pénètrent nos marchés. Vous avez déjà entendu ces chiffres: 23 ou 24 p. 100 des heures d'écoute des Canadiens sont consacrées à des stations américaines. Cela fragmente beaucoup la situation. Je préférerais que seules les stations canadiennes profitent de cette fragmentation, ce qui mettrait toutes les plages publicitaires à notre disposition.

M. de Corneille: J'aimerais approfondir cet aspect, mais pouvez-vous me dire en quoi les choses seraient différentes pour les acheteurs des médias si les commanditaires pouvaient réclamer une déduction de 150 p. 100 sur le coût de la publicité pendant les programmes canadiens. Est-ce que ces programmes deviendraient plus attrayants pour les commanditaires puisque le coût par 1,000 serait réduit? Si ce n'est pas le cas, pourquoi? C'est la question ultime. Vous connaissez la position des commanditaires vous devez savoir comment ils réagiraient à cette proposition.

M. Berndt: Si vous réduisez les coûts, cela nous intéresse au plus haut point. Cela réduirait d'autant nos coûts à nous.

M. de Corneille: Est-ce que cela réduirait le coût total ou bien s'agirait-il d'un simple allègement?

M. Semple: Cela ne réduirait pas la totalité des déboursés. Je ne le pense pas.

M. de Corneille: L'industrie recevrait la même chose.

M. Semple: Oui.

Le président: Merci, monsieur de Corneille, merci, messieurs pour cette intervention. Nous aurons peut-être d'autres questions à vous poser, nous le ferons par écrit. C'était un exposé particulièrement intéressant, et je

[Texte]

presentation and I concur with a little dialogue with my colleague, Lynn McDonald, that it is ideologically pure. There is no side to what you have presented to us. Thank you very much.

• 1610

I am informed that the next witness from the National Radio Producers Association has not yet arrived, but the following witnesses are here. I will invite representatives of Maclean Hunter Cable TV to come forward, please.

Mr. Gage, you are most welcome. I have been asked by our colleague, Bob Pennock, to apologize. He has a private member's bill in the House today, to which he must attend. I know that he has a good interest in your company—as a program host, in fact.

Mr. Barry Gage (President, Maclean Hunter Cable TV): I am disappointed he is not here. You can tell him that I will forgive him this time.

Mr. Caldwell: How are his ratings?

The Chairman: He is sure to perform wherever he is. How are his ratings?

Mr. Gage: That is a good question. We do not measure.

The Chairman: We will find out in 1988 or 1989.

Mr. Gage: Absolutely.

The Chairman: Mr. Gage, would you introduce your colleagues and proceed with your remarks, please.

Mr. Gage: Thank you, Mr. Chairman. I have with me Mr. Geoff Heathcote, our Vice-President, Engineering, and Mr. John Haughey, our Vice-President, Finance.

We appreciate the opportunity to present Maclean Hunter Cable TV's prospective on the future of cable television to the standing committee.

Our operations in Ontario now serve more than 410,000 subscribers in 16 licenced areas. Our success, to a great extent, is derived from the thoughtful timing of our capital expenditures. Our plant rebuilds have been carefully tailored over the years to be just ahead of the demands for channels. This just-in-time approach has resulted in highly efficient usage of our capital equipment.

However, cable is more than physical plant. For example, we are particularly proud of our record in community programming. Our 15 studios and 14 mobile units produce almost 110 hours of original programming per week. The efforts of our 47 full-time staff are augmented by over 600 regular volunteers, whose creative talents strengthen and enrich the programming content. We serve 29 different communities across Ontario with television programming that could not be made available by any other means.

[Traduction]

reconnais, comme on l'a entendu pendant votre discussion avec Lynn McDonald, que votre position est idéologiquement pure. Il n'y a pas de sous-entendu. Merci beaucoup.

On me dit que le témoin suivant qui représente l'Association nationale des réalisateurs de radio n'est pas encore arrivé, mais que le témoin d'après est là. J'invite donc les représentants de *Maclean Hunter Cable TV* à s'avancer.

Monsieur Gage, vous êtes le bienvenu. Notre collègue, Bob Pennock, m'a demandé de l'excuser. Il a déposé un bill privé qui passe à la Chambre aujourd'hui, il a donc dû s'absenter. Je sais qu'il s'intéresse particulièrement à votre compagnie, puisqu'il est modérateur de programme.

M. Barry Gage (président, Maclean Hunter Cable TV): Je suis déçu qu'il ne soit pas là. Vous lui direz que pour une fois, je lui pardonne.

M. Caldwell: Comment sont ses cotes d'écoute?

Le président: C'est toujours un bon acteur. Comment sont ses cotes d'écoute?

M. Gage: Voilà une bonne question. Nous ne mesurons pas cela.

Le président: Nous verrons bien en 1988 ou 1989.

M. Gage: Absolument.

Le président: Monsieur Gage, voulez-vous nous présenter vos collègues et faire vos observations.

M. Gage: Merci, monsieur le président. Je suis accompagné de M. Geoff Heathcote, notre vice-président chargé du génie, et de M. John Haughey, notre vice-président chargé des finances.

Nous sommes heureux de l'occasion que vous nous offrez de présenter la position de *Maclean Hunter Cable TV* quant à l'avenir de la télévision par câble.

Nous desservons actuellement plus de 410,000 abonnés en Ontario dans seize régions sous licence. Dans une large mesure, notre succès vient de la façon minutieuse dont nous organisons nos déboursés. Au cours des années, nous avons toujours réaménagé nos installations en prévision de la demande de chaînes. En nous arrangeant pour anticiper tout juste la situation, nous avons pu utiliser au maximum nos équipements.

Toutefois, le câble n'est pas seulement une affaire de matériel. Par exemple, nous sommes particulièrement fiers de nos réalisations dans le domaine de la programmation communautaire. Nos 15 studios et 14 unités mobiles produisent près de 110 heures par semaine. Les efforts de nos 47 employés à temps plein, assistés de plus de 600 bénévoles réguliers, renforcent et enrichissent le contenu de la programmation. Nous desservons 29 communautés dans tout l'Ontario et nous leur offrons des programmes de télévision qui n'existeraient pas autrement.

[Text]

Let me illustrate this with just one example. Etobicoke, where our friend Mr. Pennock comes from, a city seemingly awash with television services, has enjoyed a program called *Cultural Criss-Cross* for the last 10 years. This bi-weekly production shows the cultural and religious happenings and services to the city of Etobicoke in an informative and lively fashion, using a blend of studio and on-location material. The show helps build a sense of community by airing the interests and opinions of the citizens of Etobicoke. This highly successful show is the essence of community television, thriving in a sea of media.

In recognition of programs such as *Cultural Criss-Cross* and our gavel-to-gavel coverage of city council meetings, Etobicoke council awarded us its first corporate citizen of the year award, in the council's words, "for programming to the city over and above the requirements of the CRTC".

A truly unique and highly effective community television system has developed over the years due to the encouragement of the CRTC and, in our systems, to the commitment of Maclean Hunter Cable TV. It is worthy to note that this vibrant system exists virtually without public funding.

So much for our accomplishments, but what of the future? In the next five years or so, we plan that several of our systems will be operating with 50 or more channels. We expect to be experimenting with fibre optics on a point-to-point basis, but we believe fibre will not be economically viable for service to homes in the near future.

We expect that our basic and specialty services will continue to grow. We hope that new services will enable us to compete more effectively and will be allowed to evolve in the market. For example, a pay-per-view service might remove one competitive edge that the tape-rental outlets presently enjoy.

We hope that the trend in cable classified advertising will be allowed to continue. Our experiments this year have not indicated that cable advertising will be a major profit centre, but we do believe that in time we can offer a viable service to small businesses which would otherwise be unavailable to them.

Within five years we expect to see early implementations of high-definition television in North America. The technical mechanisms for the delivery of this service are still evolving, but we anticipate that HDTV will be accommodated by our existing cable networks, and we look forward to this enrichment of our service.

[Translation]

Permettez-moi de vous donner un seul exemple. La ville de notre ami, M. Pennock, Etobicoke, semble submergée par des services de télévision; depuis 10 ans, on y diffuse un programme qui s'appelle *Cultural Criss-Cross*. Cette production bihebdomadaire, produite en studio et sur place, informe d'une façon dynamique les résidents d'Etobicoke sur les manifestations culturelles et religieuses de la région. Ce programme renforce le sens communautaire des spectateurs en leur permettant de manifester leurs intérêts et leurs opinions. Ce programme qui a beaucoup de succès est un exemple parfait de télévision communautaire florissante dans un océan de médias.

Reconnaissant l'importance de programmes comme *Cultural Criss-Cross*, et également la diffusion *in extenso* des séances du conseil de ville, le conseil d'Etobicoke nous a décerné son prix de société de l'année en expliquant: «Pour services rendus à la ville au-delà des exigences du CRTC».

Un système de télévision communautaire véritablement efficace s'est créé au cours des années grâce à l'encouragement du CRTC et au dévouement de *Maclean Hunter Cable TV*. Il est bon de noter que ce système dynamique ne reçoit pratiquement pas de financement public.

Voilà pour nos réalisations, mais qu'en est-il de l'avenir? D'ici cinq ans environ, nous avons l'intention de doter plusieurs de nos systèmes de 50 chaînes ou plus. Nous mettrons également les fibres optiques à l'essai, mais nous ne pensons pas que cette technologie devienne rentable dans un avenir proche.

Nous pensons que nos services de base et nos services spécialisés vont continuer à se développer et nous espérons que de nouveaux services nous permettront de mieux nous imposer sur le marché et de nous développer. Par exemple, un service de télévision à la carte faire perdre l'avantage concurrentiel dont jouissent actuellement les comptoirs de location de bandes vidéos.

Nous espérons que la publicité par câble se poursuivra. Notre expérience cette année dans ce domaine n'a pas indiqué que ce genre de publicité sera très rentable, mais nous estimons qu'avec le temps nous pourrions offrir aux petites entreprises un service rentable, auquel elles n'auraient autrement pas accès.

D'ici les cinq prochaines années nous nous attendons à ce que la télévision à haute définition fasse ses premières apparitions en Amérique du nord. On est toujours en train de mettre au point les mécanismes techniques pour la livraison de ce service, mais nous nous attendons à ce que nos réseaux actuels de câblodistribution puissent transmettre la télévision à haute définition et nous nous réjouissons à l'avance de cet enrichissement de notre service.

[Texte]

And what of the more distant future? Maclean Hunter Cable TV sees itself primarily as a supplier of entertainment programming to households. We also hope to continue to be allowed to make our contribution as a programmer.

We are confident in the future of our coaxial distribution technology. Our latest projects in the United States are operations which are today carrying almost 80 channels. We believe coaxial will continue to deliver an ever-increasing capacity as the need arises. It should not be overlooked that coaxial is the most efficient technology for the delivery of television information to today's home market. We expect this to continue for many years to come. If and when optical fibre shows the promise of economic viability for our applications, we will certainly welcome this innovation as a development which will bring more diversity, reliability and quality to our service.

We can imagine that a system based on optical fibre, having an effective capacity of thousands of channels, could fundamentally change the broadcasting regime, but we must temper our anticipation in the knowledge that such a system is many years away from practical implementation.

Finally, we urge the committee to seek market-driven solutions, rather than rely on regulatory policies which discourage the entrepreneurial spirit. This is particularly evident in the area of service rates. Where is the incentive for efficiency and innovation when the cable company is not allowed to realize its appropriate rewards? Even given the range and quality of services that we presently offer, about 20% of the households we could serve elect instead to receive their television programming by means other than cable. Only 15% of the households we serve choose to subscribe to premium programming.

As an alternative to cable, TV watchers can employ antennae, satellite dishes or VCRs. Furthermore, the public enjoys entertainment from many sources other than television. We believe that cable television exists in a competitive environment, and that this is a sufficient reason to allow our basic cable rates to be set by the market and free of regulation. Indeed, our experiences in the United States, although different in many respects, have demonstrated that the unregulated market does reach equilibrium at a level which is acceptable to both our subscribers and ourselves.

This concludes our presentation, and we would be very happy to answer any questions you might have.

Mr. de Corneille: I am wondering whether you feel the CRTC should continue to rule on applications regarding ownership concentration across media ownership and other ownership issues on an ad hoc basis, or should the

[Traduction]

En ce qui concerne un avenir plus éloigné, *Maclean Hunter Cable TV* se considère surtout comme un fournisseur d'émissions de divertissement dans les foyers. Nous espérons également que nous pourrions continuer à faire notre part à titre de programmeur.

Nous avons confiance en l'avenir de nos techniques de distribution par câble coaxial. Nos projets les plus récents aux États-Unis concernent des câbles qui transportent près de 80 chaînes. Nous croyons que la distribution par câble coaxial continuera à livrer une capacité toujours plus grande à mesure que le besoin se fera sentir. On ne doit pas oublier que la distribution par câble coaxial est la technique la plus efficace de livraison d'information télévisée sur le marché domestique aujourd'hui. Nous nous attendons à ce qu'elle le demeure pendant de nombreuses années. Si les fibres optiques s'avèrent économiquement rentables dans le cas de nos applications, nous envisagerons certainement d'adopter cette innovation, qui apportera à notre service plus de diversité, de fiabilité et de qualité.

Nous pouvons imaginer qu'un réseau fondé sur les fibres optiques, ayant une capacité réelle de milliers de chaînes, change fondamentalement le réseau de radiodiffusion, mais nous devons tempérer nos attentes, car nous savons qu'un tel réseau ne pourra être mis en service que dans de très nombreuses années.

Enfin, nous exhortons le Comité à chercher des solutions axées sur le marché plutôt que de compter sur les politiques de réglementation qui découragent l'esprit d'entreprise. Cela est particulièrement évident dans le domaine de la clarification. Où est l'encouragement à l'efficacité et à l'innovation lorsqu'on ne permet pas à un câblodistributeur de réaliser des profits? Même avec le choix et la qualité des services que nous offrons présentement, environ 20 p. 100 des ménages que nous pourrions desservir choisissent plutôt de recevoir leurs émissions de télévision par des moyens autres que le câble. Seulement 15 p.100 des ménages que nous desservons choisissent de s'abonner aux chaînes de forte écoute.

Plutôt que de s'abonner au câble, les téléspectateurs peuvent utiliser une antenne, une antenne parabolique ou un magnétoscope. En outre, de nombreuses sources de divertissement autres que la télévision sont offertes à la population. Nous croyons que la télévision par câble doit soutenir la concurrence et que c'est une raison suffisante pour permettre à nos tarifs de base d'être établis par le marché et d'être libres de toute réglementation. En effet, bien que notre expérience aux États-Unis soit différente sous plusieurs aspects, elle a montré qu'un marché non réglementé atteint un équilibre à un niveau acceptable à la fois pour nos abonnés et nous-mêmes.

Cela conclut notre exposé. Nous serons très heureux de répondre à vos questions.

M. de Corneille: Croyez-vous que le CRTC devrait continuer à rendre des décisions sur des questions relatives à la concentration de propriété dans les médias et d'autres questions de propriété au besoin, ou devrait-il

[Text]

commission develop a set of policy principles and guidelines that would make it clear which ownership patterns were likely to be acceptable and which would not be acceptable. What are your views on this matter of ownership?

Mr. Gage: Certainly the ownership questions have been rather difficult to predetermine—put it that way. The lack of any clear definition of who an appropriate owner would be for a given property makes it a little bit difficult for people in the industry who are either wishing to sell or to buy.

• 1620

In spite of it, however, I am not convinced there are or could be designed appropriate guidelines that would cover every eventuality. I think this is the problem that the CRTC, through its various chairmen over the years, has faced. They would love to have set guidelines that they could publish so everybody would know and it would be clear. It is a complicated and difficult business to codify.

Mr. de Corneille: In the United States, apparently, they do have some kinds of guidelines. Do you feel that they are not successful? Would you feel that—

Mr. Gage: I would be very happy if you would adopt whatever guidelines are used in the United States. There virtually are very few guidelines in the United States, other than specific concentration guidelines. For instance, I think they can only own so many television stations and so many radio stations. Other than that, there are no real impediments to buying and selling, other than the citizenship requirements.

Mr. de Corneille: Can you provide us with some proposed guidelines on pay-per-view television? For example, should it be provided by the existing licence movie channel operators, or should there be a national licence to someone? Should the Canadian content rules be as high as for the movie channels? Should whoever runs the service have to spend a designated amount on Canadian programs, as the movie channels do?

Mr. Gage: First of all, regarding Canadian content regulations on pay per view, I am afraid it is really a contradiction in terms. If it is on a pay-per-view basis, people will just pay for what they want to watch, whether it is Canadian, American, British or French. To put artificial types of content requirements would be self-defeating. Who should be licensed or whether there should be a licensee for pay per view is a question that could be asked. I do not think it is really very important, quite frankly. I think if anybody is prepared to do it, he should be allowed the opportunity to do it. I do not see why a licence should be really required, as long as the guidelines are being complied with.

[Translation]

mettre au point une série de politiques et de lignes directrices établissant clairement ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas dans le domaine de la propriété? Que pensez-vous de cette question de propriété?

M. Gage: Les questions de propriété sont certainement plutôt difficiles à déterminer à l'avance. Le fait qu'il n'existe pas de définition claire de ce qu'est un propriétaire dans le cas d'une propriété donnée rend les choses un peu difficiles pour les gens de l'industrie qui veulent soit acheter, soit vendre.

Malgré cela, cependant, je ne suis pas convaincu qu'il existe ou qu'il pourrait exister des lignes directrices qui pourraient prévoir toutes les possibilités. Je pense qu'il s'agit du problème auquel le CRTC et ses présidents qui se sont succédés au fil des ans ont été confrontés. Ils aimeraient beaucoup avoir établi des lignes directrices qu'ils pourraient publier afin que tout le monde les connaisse et que tout soit très clair. Mais c'est une chose compliquée et difficile à codifier.

M. de Corneille: Apparemment, aux États-Unis, ils ont un genre de lignes directrices. Croyez-vous qu'elles n'ont pas de succès? Croyez-vous que...

M. Gage: Je serais très heureux que vous adoptions les lignes directrices qui sont utilisées aux États-Unis. Il existe pratiquement très peu de lignes directrices aux États-Unis, outre celles relatives à la concentration. Par exemple, je pense qu'ils ne peuvent être propriétaires que d'un tel nombre de stations de télévision et d'un tel nombre de stations de radio. Mais il n'y a aucun autre obstacle réel à l'achat et à la vente, mis à part les exigences en matière de citoyenneté.

M. de Corneille: Pouvez-vous nous fournir des lignes directrices proposées relativement aux émissions payantes? Par exemple, ce service devrait-il être offert par les titulaires actuels d'une licence d'exploitation d'une chaîne de films, ou devrait-on émettre une licence nationale à quelqu'un? Le contenu canadien devrait-il être aussi élevé que pour les chaînes de films? Celui qui exploite le service devrait-il consacrer une somme désignée à des émissions canadiennes, comme dans le cas des chaînes de films?

M. Gage: D'abord, en ce qui concerne la réglementation des émissions payantes relativement au contenu canadien, j'ai bien peur que cela soit en réalité contradictoire. Dans le cas des émissions payantes, les gens paient strictement les émissions qu'ils veulent regarder, qu'elles soient canadiennes, américaines, britanniques ou françaises. Le fait d'imposer certaines exigences artificielles en matière de contenu aurait un effet contraire à l'effet recherché. On pourrait demander qui devrait être titulaire d'une licence ou s'il devrait y avoir un titulaire d'une licence dans le cas des émissions payantes. Mais je vous dirai franchement que je ne pense pas que cela soit vraiment très important. À mon avis, si

[Texte]

Mr. de Corneille: Let us say then we have a concern to want to see that Canadian content be encouraged. What mechanism do you see in the pay area that can help to achieve the goal? Since, as you say, people will choose what they want, how can one improve the situation from within your industry? What are ways you could suggest?

Mr. Gage: I think there could very well be Canadian content requirements on programs that are made available. A pay-per-view supplier could have a requirement to provide a certain percentage of Canadian movies. Unfortunately you cannot determine who is going to buy those movies. I think you can provide an exhibition place for them. This is the extent of it.

I guess this kind of a requirement would be useful to the Canadian movie producers. At least their product would then get out there. If nobody watched it, it would be their fault and not anybody else's.

Mr. de Corneille: In other words, it could be done within the schedule system. Is this what you are suggesting?

Mr. Gage: Yes, but you cannot determine who is going to watch them. This is the problem.

Mr. de Corneille: Have you any further suggestions on how your industry can promote Canadian content?

Mr. Gage: Not specifically. I think we are, as I pointed out in my brief, producing an awful lot of Canadian content through our community channel. I think the number I used was 110 hours per week in our systems alone.

• 1625

Mr. de Corneille: That is extremely good. However, aside from those specialized local things, which are commendable—and I think that is a very special way in which your industry can make a very real contribution—are there any other suggestions as to how we might look to the industry to increase, even if it were by a small percentage, the Canadian content, to encourage it in terms of things that relate beyond the local community coverage?

Mr. Gage: I think the regulations under which we live in almost every respect maximize the amount of viewers that we can attract to Canadian channels.

Mr. de Corneille: Is there anything we can do to motivate, to encourage. . .? In other words, other than just

[Traduction]

quelqu'un est prêt à le faire, on devrait lui donner l'occasion de le faire. Je ne vois pas pourquoi il est vraiment nécessaire d'exiger une licence, pourvu que les lignes directrices soient respectées.

M. de Corneille: Disons alors que nous voulons que l'on encourage le contenu canadien. A votre avis, quel mécanisme pourrait aider à atteindre cet objectif dans le domaine des émissions payantes? Puisque, comme vous l'avez dit, les gens choisiront ce qu'ils voudront, comment peut-on améliorer la situation à partir de votre industrie? Quels moyens avez-vous à proposer?

M. Gage: A mon avis, il pourrait très bien y avoir des exigences relativement au contenu canadien des émissions qui sont offertes. Un fournisseur d'émissions payantes serait tenu d'offrir un certain pourcentage de films canadiens. Malheureusement, il n'est pas possible de déterminer qui va acheter ces films. A mon avis, on peut offrir un endroit pour les présenter. C'est à peu près tout ce que l'on peut faire.

Je suppose que ce genre d'exigence serait utile aux producteurs de films canadiens. Cela permettrait, tout au moins, à leurs produits d'être présentés. Si personne ne le regarde, ils ne pourraient blâmer qui que ce soit d'autre qu'eux-mêmes.

M. de Corneille: En d'autres termes, cela pourrait se faire dans le cadre de la programmation. Est-ce ce que vous proposez?

M. Gage: Oui, mais on ne peut pas déterminer qui va les regarder. Voilà le problème.

M. de Corneille: Avez-vous d'autres suggestions sur la façon dont votre industrie peut promouvoir le contenu canadien?

M. Gage: Pas précisément. Comme je l'ai souligné dans mon mémoire, nous produisons un très grand nombre d'émissions à contenu canadien par l'intermédiaire de notre chaîne communautaire. Le chiffre que j'ai utilisé, je crois, était 110 heures par semaine dans nos réseaux seulement.

M. de Corneille: C'est extrêmement bon. Cependant, à part ces choses locales spécialisées, qui sont fort louables—et je pense qu'il s'agit d'une façon très spéciale pour votre industrie d'apporter une contribution très réelle—y a-t-il d'autres suggestions quant à la façon dont nous pourrions demander à l'industrie d'augmenter, même très légèrement, le contenu canadien, l'encourager à le faire au delà de la couverture communautaire locale?

M. Gage: Je crois que la réglementation que nous avons maximise sous presque tous les aspects le nombre de téléspectateurs que nous pouvons intéresser aux chaînes canadiennes.

M. de Corneille: Y a-t-il quoi que ce soit que nous puissions faire pour motiver, encourager. . .? En d'autres

[Text]

putting regulations on, is there anything that can be done to motivate positively or encourage the industry?

Mr. Gage: Beyond the community channel, we are basically a distribution system. We can place channels advantageously on that distribution system, which we are doing. We can do the simultaneous program substitution we are required to do by regulation, which we are doing.

We cannot produce national programs. We are not in the business of producing national programs.

Mr. de Corneille: Would scheduling on the pay section of it be a way of increasing the number of Canadian programs, the variety and so on? Is there something you can suggest which might—

Mr. Gage: On the premium channels?

Mr. de Corneille: Yes.

Mr. Gage: The thing about premium channels is that if you do not schedule programs people are particularly attracted to, when people want to watch them, you do not have any subscribers to premium channels.

We are relatively limited. I think in your discussion with the pay-TV suppliers, they would make the point that they really must put some of their premium product in the prime time. They do show Canadian content and it is there, but they cannot show it all the time on prime time. Otherwise, they have no audience.

Ms McDonald: You argue that we should opt for market-driven solutions rather than intervention and regulation. However, I wonder if the reality of the marketplace in Canada is not that broadcasters can buy American programs at perhaps a tenth the cost of production of comparable quality programs in Canada. In your situation, cable companies can buy U.S. specialty services at a lower cost than Canadian services.

I do not know what the ratio would be, how much lower it would be, whether it would be 10:1. However, would you not concede that there is quite a difference in those marketplaces?

Mr. Gage: Absolutely, and we are certainly not suggesting that we should be allowed to carry American specialty services that compete directly with Canadian services. We have never suggested that.

Ms McDonald: Market-driven solutions, when the market is so unfair to a smaller country. . . We know that Canada is roughly a tenth the size of the United States and it is of course divided in terms of language, so that the relevant markets for broadcasting are very much less still. I do not see how market forces can help us.

[Translation]

termes, peut-on faire autre chose qu'imposer une réglementation pour motiver positivement ou encourager l'industrie?

M. Gage: Au delà de la chaîne communautaire, nous sommes fondamentalement un réseau de distribution. Nous pouvons placer les chaînes de façon avantageuse dans ce réseau de distribution, ce que nous faisons. Nous pouvons faire la substitution simultanée exigée par la réglementation, ce que nous faisons.

Nous ne pouvons pas produire d'émissions nationales. Nous ne sommes pas dans le domaine de la production d'émissions nationales.

M. de Corneille: Serait-il possible d'augmenter le nombre d'émissions canadiennes en les présentant à la télévision payante? Pouvez-vous proposer quelque chose qui pourrait. . .

M. Gage: À la télévision payante?

M. de Corneille: Oui.

M. Gage: Le problème en ce qui concerne la télévision payante, c'est que si l'on ne présente pas des émissions qui intéressent particulièrement les gens, personne ne s'abonnera à ces chaînes.

Nous sommes relativement limités. Si vous en parlez avec les fournisseurs de la télévision payante, ils vous diront certainement qu'ils doivent réellement offrir certaines de leurs émissions de forte écoute aux heures de grande écoute. Ils diffusent des émissions à contenu canadien, mais ils ne peuvent pas le faire constamment aux heures de grande écoute. Autrement, ils n'auraient pas de téléspectateurs.

Mme McDonald: Vous dites que nous devrions choisir des solutions axées sur le marché plutôt que d'intervenir et d'imposer une réglementation. Cependant, je me demande si la réalité du marché au Canada n'est pas que les diffuseurs peuvent acheter des émissions américaines à peut-être un dixième du coût de production d'une émission de qualité comparable au Canada. Dans votre cas, les câblodistributeurs peuvent acheter des services spécialisés américains à un coût beaucoup plus bas que les services canadiens.

Je ne sais pas dans quelle proportion le coût est plus bas. Est-il dix fois plus bas? Cependant, ne convenez-vous pas avec moi qu'il y a une grande différence entre ces marchés?

M. Gage: Absolument, et nous ne disons pas que l'on devrait nous permettre d'offrir des services spécialisés américains qui soient directement en concurrence avec les services canadiens. Nous n'avons jamais laissé entendre cela.

Mme McDonald: Les solutions axées sur le marché, lorsque le marché est aussi injuste pour un plus petit pays. . . Nous savons que le marché canadien est à peu près dix fois plus petit que le marché américain et qu'il est évidemment divisé sur le plan de la langue, de sorte que les marchés de diffusion sont encore beaucoup plus

[Texte]

Mr. Gage: We are very sympathetic to the Canadian cultural identity problem, with which we and the government and the broadcast industry wrestle.

I think it is important to have a Canadian broadcasting system and I think it should be afforded a certain preference in the cable marketplace in Canada, which it is. We do not argue with that. We are, I think, arguing more when we are talking about market solutions; then, we are talking more about rates than we are about Canadian programming.

We agree entirely that Canadian programming should be given every preference that it can be given, logically and in an economically viable way.

Ms McDonald: What would the differences be in costs for U.S. and Canadian specialty services?

Mr. Gage: Let me think for a second. I am trying to recall what we pay for our U.S. specialty services in the U.S.

• 1630

I think if you looked at ESPN, which is the sports service—and these are not really comparable services—and compare it with The Sports Network in Canada, I think The Sports Network in Canada is a better service, quite frankly, and will continue to be a better service. They have better events. We are paying roughly 15¢ to 20¢ per subscriber per month for ESPN. In Canada, if we were to put The Sports Network on a universal basis to every subscriber, they would charge us 72¢.

Ms McDonald: It is quite a difference.

Mr. Gage: Oh, yes. As you point out, the marketplace is entirely different.

Ms McDonald: If a retransmission right is implemented in Canada, assuming the same level of payment as in the U.S., would you reduce the number of distant stations you carry? What services might you draw in the Toronto market area, for example?

Mr. Gage: I do not think in the Toronto area we are carrying anything that we would refer to as a distant signal. I would expect that signals from Buffalo would not be included as being distant signals.

Ms McDonald: Elsewhere in Canada.

Mr. Gage: I would suggest we are not in the business of carrying very many distant signals. The only distant signals that we carry would be Canadian distant signals.

For instance, we are carrying Peterborough in Etobicoke. Probably by most definitions it would be considered a distant signal. We require a one-hop microwave to get a good signal. I do not know of any

[Traduction]

petits. Je ne vois pas comment les forces du marché peuvent nous aider.

M. Gage: Nous comprenons très bien le problème d'identité culturelle canadienne auquel nous devons faire face tout comme le gouvernement et l'industrie de radiodiffusion.

Je pense qu'il est important d'avoir un système de radiodiffusion canadien et on devrait lui accorder une certaine préférence sur le marché de la cablôdistribution au Canada, ce qui est le cas. Nous n'avons rien contre cela. Cependant, nous ne sommes pas du même avis lorsque nous parlons des solutions relativement au marché; nous parlons alors davantage de tarifs que de programmation canadienne.

Nous sommes tout à fait d'accord que la programmation canadienne devrait se voir accorder la préférence dans la mesure où il est logique et rentable de le faire.

Mme McDonald: Quelles sont les différences de coûts entre les services spécialisés canadiens et américains?

M. Gage: Permettez-moi d'y réfléchir un instant. J'essaye de me rappeler combien nous payons nos services spécialisés américains aux États-Unis.

Si l'on compare ESPN, la chaîne des sports—et ces deux services ne sont pas vraiment comparables—à TSN au Canada, on constate à mon avis que TSN offre un meilleur service et continuera de le faire. Cette chaîne présente des événements plus intéressants. Nous payons de 15¢ à 20¢ par abonné par mois pour ESPN. Au Canada, pour offrir TSN de façon universelle à tous nos abonnés, nous devrions payer 72¢.

Mme McDonald: C'est tout à fait différent.

M. Gage: Oui. Comme vous l'avez dit, le marché est tout à fait différent.

Mme McDonald: Si un droit de retransmission est imposé au Canada, réduiriez-vous le nombre de postes éloignés que vous offrez en supposant que le niveau soit le même qu'aux États-Unis? Quels services pourriez-vous retirer de la région de Toronto par exemple?

M. Gage: Je ne crois pas que nous puissions dire que nous transmettons un signal éloigné dans la région de Toronto. Je suppose que les signaux de Buffalo ne peuvent pas être qualifiés d'éloignés.

Mme McDonald: Ailleurs au Canada.

M. Gage: Je dirais que nous ne transmettons pas beaucoup de signaux éloignés. Les seuls seraient canadiens.

Par exemple, nous transmettons Peterborough à Etobicoke. Il se peut que l'on considère qu'il s'agit d'un signal éloigné. Pour que la transmission soit de bonne qualité nous avons besoin d'avoir recours aux micro-

[Text]

foreign services that we would be required to drop under any guidelines that I could imagine.

Ms McDonald: Are you considering retiering in your large systems? Could retiering be done so that it served the purpose of strengthening the Canadian component of the broadcasting system?

Mr. Gage: I do not think retiering could be done in any way we have been able to determine that would be both effective and acceptable for our subscribers. I think every retiering structure that I have seen requires us to take something away from subscribers that they have had for years and years on a basic service. I really do not think it is appropriate or possible, quite frankly. I think the political storm that it would generate would not be worth it.

Ms McDonald: The task force proposes retiering and allowing carriage of Canadian specialty services only on a low-cost second tier. What is your reaction to this?

Mr. Gage: We do not think it is a practical solution. We looked at it very seriously. Putting all Canadian services on a tier and charging a very low fee for it would simply result in greatly reduced revenues to the system. Taking Toronto as an example, if we put all the local signals that people can get off the air on basic services, they would have 12 channels of television. We think there is reasonably good chance that a good percentage of people would opt for it.

The more people opt for that kind of system, the less viable it becomes. First of all, you have to physically trap everybody who is not going to take the full service. If 30% of subscribers took this low-cost service for whatever the low cost happened to be, we would have to go out and spend \$15 or \$20 for each one of those in order to make sure that they did not receive the rest of the signals.

All of a sudden the economics of it are very bad indeed. As soon as you start getting a lower revenue per subscriber from those who so choose, all of a sudden you need a higher revenue per subscriber from those who do not choose to take the lower level.

Mr. Caldwell: Mr. Gage, in your brief you say that of the areas you serve, about 20% do not take your service, which means 80% do. Is this right?

Mr. Gage: Roughly.

Mr. Caldwell: Is this pretty standard in the industry?

• 1635

Mr. Gage: I would think it is somewhere between 75% and 80%.

Mr. Caldwell: So 15% take the premium programming?

[Translation]

ondes. À ma connaissance, il n'y a aucun service étranger que nous serions obligés de laisser tomber à cause de ce genre de lignes directrices.

Mme McDonald: Envisagez-vous de restructurer l'étagement dans vos réseaux les plus importants? Pourrait-on le faire de façon à renforcer l'élément canadien du réseau de radiodiffusion?

M. Gage: D'après ce que nous avons pu voir, une telle restructuration ne pourrait se faire de façon efficace et acceptable pour nos abonnés. Toutes les restructurations que j'ai vues nous obligent à enlever à nos abonnés quelque chose qui fait partie du service de base depuis des années. Je ne crois pas que ce soit opportun ou même possible, franchement. Devant le tollé qui en découlerait cela n'en vaudrait pas la peine.

Mme McDonald: Le groupe de travail propose de restructurer l'étagement et de n'autoriser la transmission des services spécialisés canadiens que sur un deuxième volet à bas prix. Quelle est votre réaction à cela?

M. Gage: Cette solution ne nous paraît pas réaliste. Nous l'avons étudiée très sérieusement. Si l'on plaçait tous les services canadiens sur un même volet et que l'on réduisait de beaucoup les droits, il s'ensuivrait simplement une baisse considérable des revenus du système de câblodistribution. En prenant Toronto comme exemple, si tous les signaux locaux disponibles faisaient partie du service de base, les abonnés disposeraient de 12 postes de télévision. Probablement que la majorité des gens choisiraient cette option.

Toutefois, à mesure que le nombre de gens choisissant ce service augmente, sa rentabilité diminue. Premièrement, il faut identifier tous ceux qui ne prennent pas le service complet. Si 30 p. 100 des abonnés choisissent le service à prix réduit, il faudrait dépenser 15\$ à 20\$ pour chacun d'entre eux pour s'assurer qu'ils ne captent pas les autres signaux.

Tout à coup, l'entreprise devient fort peu rentable. Dès que les revenus obtenus auprès des abonnés choisissant ce service diminueront, il faudra accroître ceux obtenus des abonnés qui ne choisissent pas le niveau inférieur.

M. Caldwell: Monsieur Gage, vous dites que 20 p. 100 des habitants des régions que vous desservez ne sont pas abonnés à votre service, ce qui signifie que 80 p. 100 le sont n'est-ce pas?

M. Gage: Environ.

M. Caldwell: Est-ce plus ou moins la norme dans l'industrie?

M. Gage: Je dirais entre 75 et 80 p. 100.

M. Caldwell: Donc, 15 p. 100 sont abonnés à la programmation payante?

[Texte]

Mr. Gage: Probably.

Mr. Caldwell: You say that you should be deregulated, that the market should be the judge.

Mr. Gage: On rates.

Mr. Caldwell: Are we then going to have another cable company? What is going to regulate your rates? Would you allow another cable company to come into your area?

Mr. Gage: In the Toronto area, people can get 12 channels of television off the air with an antenna. So if we put our rates up to an unconscionable level, people would just simply disconnect. And so it should be. Our rates should meet a market test.

Mr. Caldwell: If it was profitable for another cable company to come into your area, that would be all right?

Mr. Gage: It is not generally profitable for two people to be on poles, for two people to be in ducts, for two people to be running cables down a street.

Mr. Caldwell: Still, if somebody thought there was a buck in it he might try it and offer a better service than you.

Mr. Gage: He might. We are running that risk in some areas in the United States. In some places they are overwired. I know of no place where it is being done successfully.

Mr. Caldwell: If you took an apartment building with 1,000 apartments in it, it might be worthwhile to bring the wire around if your competitor's station was just down the street.

Mr. Gage: We are competing in apartment buildings with 1,000 units now, with MATV and other types of delivery systems.

Mr. Caldwell: We have been reasonably pleased with the role that cable companies have been playing in community broadcasting. We have to agree that some of the community broadcasting things are not commercially viable. Viable is not quite the word. But you know what I mean: they are not *Dallas*.

Mr. Gage: Viability is not an issue in community programming.

Mr. Caldwell: Anyway, would there be a way that you could spruce those shows up with the idea of their going on a regional basis? I am thinking of a link between some areas as a way of providing more non-CBC regional programming. Is there a role for the cable companies in this?

Mr. Gage: There probably is an area for more co-operation in the regional viewing of community programs. We grew up with community television under the watchful eye of the CRTC in the early 1970s, when they dragged us kicking and screaming into community programming. Eventually, most of the major cable

[Traduction]

M. Gage: Je suppose.

M. Caldwell: Vous dites que votre secteur devrait être déréglementé, qu'il faudrait se fier aux lois du marché.

M. Gage: Pour ce qui est des tarifs.

M. Caldwell: Y aura-t-il alors un autre câblodistributeur? Par quoi vos tarifs seront-ils réglementés? Laisseriez-vous un autre câblodistributeur s'installer dans votre région?

M. Gage: Les habitants de la région de Toronto peuvent capter directement 12 chaînes de télévision avec une antenne. Ils vont donc simplement annuler leur abonnement si nos tarifs atteignent un niveau inacceptable. Et ils auraient tout à fait raison. Nos tarifs doivent suivre les lois du marché.

M. Caldwell: S'il était profitable pour un autre câblodistributeur de venir dans votre région, vous seriez d'accord?

M. Gage: En général, il n'est pas profitable d'avoir deux personnes dans le même secteur.

M. Caldwell: Mais si quelqu'un sait qu'il y a de l'argent à faire, il pourrait quand même essayer et offrir un meilleur service que vous.

M. Gage: Peut-être. Nous faisons face à ce risque dans certaines régions des États-Unis. À certains endroits, c'est excessif. À ma connaissance, cela n'a donné de bons résultats nulle part.

M. Caldwell: S'il s'agissait d'un édifice comptant 1,000 appartements, il vaudrait peut-être la peine pour vous de les relier à votre réseau si votre concurrent se trouve au coin de la rue.

M. Gage: Nous faisons déjà concurrence au service SMATV et d'autres genres de services dans des édifices comptant 1,000 unités.

M. Caldwell: Nous avons été assez satisfait du rôle que jouent les câblodistributeurs dans la radiodiffusion communautaire. Il faut bien admettre que certaines émissions communautaires ne sont pas rentables. Je ne devrais peut-être pas dire rentables, mais vous savez ce que je veux dire: elles ne se comparent pas à *Dallas*.

M. Gage: La rentabilité n'est pas un facteur dans la programmation communautaire.

M. Caldwell: De toute façon, vous serait-il possible d'améliorer ces émissions en vue de les présenter au niveau régional? Je songe de toute façon offrir plus de programmation régionale à l'extérieur de Radio-Canada. Les câblodistributeurs auraient-ils un rôle à jouer là-dedans?

M. Gage: On pourrait probablement avoir une plus grande collaboration en vue de présenter les émissions communautaires à l'échelle régionale. Nous avons grandi avec la division communautaire sous la surveillance du CRTC au début des années 70 lorsqu'il nous a ni plus ni moins obligés à offrir une programmation

[Text]

companies in this country came to realize that these were valuable community tools. It behooved us to do a good job on this. I think we have by and large accomplished this where the market is big enough to support a reasonable operation.

We have tried to protect the community flavour of this programming, and we specifically avoided exchanging programs because we felt it was easier and cheaper for most people to exchange programs than it was to produce their own local stuff. By avoiding that regionality, we forced our systems to produce on their own. I think this was a very valuable exercise. So I would not want any kind of regionalization effort to water down the very local stuff we have learned to do.

Mr. Caldwell: There are times when there is no actual programming on there.

Mr. Gage: True.

Mr. Caldwell: I am thinking of people in Toronto or Etobicoke who may at one time have lived in Peterborough, and who might be quite interested in some Peterborough community programming. But if there is a visit to, say, the Peterborough Fair, they might be interested in seeing that program if the Peterborough station did it.

• 1645

Mr. Gage: Well, I think the idea sounds better than it works, quite frankly. I think it is a reasonably idealistic approach, but I think the number of viewers in Etobicoke who want to watch anything to do with the Peterborough Fair—

Mr. Caldwell: But you are not talking about big audiences anyway.

Mr. Gage: You have a hard time getting them to watch the Markham Fair, for heaven's sake.

Mr. Caldwell: You do not think there is room there?

Mr. Gage: I think there is some room. I think on more general types of programs though. I think not necessarily that kind of thing. You can have a group in Etobicoke who is doing a program on senior citizen activities that would find some real acceptance in Peterborough or North Bay, or wherever.

The Chairman: If it has a kind of generic or universal appeal.

Mr. Gage: Sure. I think those are the kinds of programs which I would suggest would have more regional appeal.

Mr. Caldwell: You talk about high-definition television, and you say it is coming in five years or will be around in five years. We heard from witnesses on this committee

[Translation]

communautaire. Finalement, la plupart des grandes compagnies de câblodistribution du pays se sont rendu compte qu'il s'agissait là d'outils très utiles. Il nous incombait de faire du bon travail. Je pense que de façon générale nous y sommes arrivés là où le marché est assez important.

Nous avons tenté de préserver le cachet communautaire de cette programmation et avons évité à dessein de changer des émissions parce que nous estimions qu'il était plus facile et moins coûteux pour la plupart des gens d'échanger des émissions plutôt que de produire leurs propres émissions locales. En évitant cette régionalisation, nous avons obligé nos réseaux à produire leurs propres émissions. Je crois que cela a été très utile. Je ne voudrais donc pas qu'un effort de régionalisation vienne nuire aux productions locales que nous avons pu réaliser.

M. Caldwell: Parfois, on ne présente aucune émission.

M. Gage: C'est vrai.

M. Caldwell: Je songe à des habitants de Toronto ou d'Etobicoke qui ont peut-être déjà vécu à Peterborough et qui aimeraient beaucoup voir les émissions communautaires de cette ville. Par exemple, ils seraient peut-être fort intéressés à voir une émission produite par le poste de Peterborough sur la foire de Peterborough.

M. Gage: Franchement, c'est plus attrayant en théorie qu'en pratique. C'est une démarche assez idéaliste, mais à mon avis le nombre de téléspectateurs d'Etobicoke qui souhaitent voir quoi que ce soit au sujet de la Foire de Peterborough. . .

M. Caldwell: Mais les auditoires ne sont pas importants de toute façon.

M. Gage: Il est déjà difficile de les intéresser à la Foire de Markham.

M. Caldwell: Vous ne pensez pas qu'il y a de la place pour ce genre d'émissions?

M. Gage: Il y a de la place, mais avec des émissions de nature plus générale. Il se peut qu'un groupe d'Etobicoke réalise une émission sur les activités des citoyens âgés de cette ville qui pourraient vraiment intéresser les gens de Peterborough ou North Bay ou ailleurs.

Le président: Les émissions ayant un attrait plus universel.

M. Gage: C'est cela. Ce sont d'après moi les émissions présentant un intérêt à l'échelle régionale.

M. Caldwell: Vous dites que la télévision à haute définition sera une réalité dans cinq ans. D'autres témoins nous ont dit qu'un autre système pourrait être aussi bon

[Texte]

that there is another system similar to high-definition television which could be almost as good, because then you do not have to change your receivers and the whole thing.

Mr. Geoff Heathcote (Vice-President, Engineering, Maclean Hunter Cable TV): The whole system of high-definition TV is under review right now. You might have heard of the RCA [*Inaudible—Editor*] system, which is proposing to use a single-channel compatible advanced television—a compatible system they call it.

Mr. Caldwell: Were you calling that high-definition television?

Mr. Heathcote: No, we were not. We were thinking of the Japanese NHK system. I would caution you, the RCA system as being shown is simply a computer simulation that you might have seen. It is not a real, live operating system.

The Chairman: It is frustrating not having adequate time to deal with everything. We will probably have some written questions to pass to you. I have a couple that I just want to ask for brief answers to.

On the question of speciality services, we are expecting a decision imminently from the CRTC, not only on licences but on policy. I would like to have your view as to whether only Canadian speciality services should have access to basic.

Mr. Gage: Yes, I think our view before the Commission, and our view still, is that if there are going to be some speciality services available on basic, there should probably be just the Canadian.

The Chairman: Should they have to meet the same Canadian content requirements as conventional stations?

Mr. Gage: Yes.

The Chairman: Finally, sir, in Thunder Bay in September we heard a plaint from the francophone community there that *La Chaîne Française*, TV Ontario, was not made available by your system on basic. That is, I think it is available on channel 14, if I am not mistaken. I wonder what response and comment you would give us on that situation.

Mr. Gage: When the TVO French channel came on, the Ontario government and TVO listed a number of markets that they did not consider their primary target markets. It was suggested to us that we could apply to the CRTC, with the concurrence of TVO and the Province of Ontario, to carry those channels—I hesitate to use the word “basic”—on some channel other than channels 2 to 13.

The Chairman: So we should refer those people to the their MPP.

Mr. Gage: Well, that is true, but I think channel 14 is not exactly a bad place to be, in most people's opinion.

The Chairman: Better than 41.

[Traduction]

que la télévision à haute définition mais ne nécessiterait pas le remplacement du matériel.

M. Geoff Heathcote (vice-président, Génie, Maclean Hunter Cable TV): Tout le système de télévision à haute définition est présentement à l'étude. Vous avez peut-être entendu parler du système RCA qui propose d'utiliser une télévision compatible à canal unique, un système compatible comme ils l'appellent.

M. Caldwell: C'est ce que vous appelez la télévision à haute définition?

M. Heathcote: Non. Nous songions au système NHK japonais. Je vous signale que le système RCA que vous avez peut-être vu n'est qu'une simulation sur ordinateur, et n'a pas encore été réalisé.

Le président: Il est dommage de ne pas avoir le temps d'aborder tous les sujets. Nous aurons probablement des questions à vous envoyer par écrit. J'en aurais quelques brèves à poser pour l'instant.

Nous attendons une décision du CRTC sur les services spécialisés dans les plus brefs délais, non seulement du point de vue des licences mais aussi de la politique. À votre avis, le service de base ne devrait-il offrir que des services spécialisés canadiens.

M. Gage: Oui, comme nous l'avons déjà dit devant le Conseil, si certains services spécialisés deviennent disponibles sur le service de base, ils devraient être canadiens.

Le président: Devraient-ils être soumis aux mêmes exigences que les chaînes conventionnelles du point de vue du contenu canadien?

M. Gage: Oui.

Le président: Finalement, en septembre, la communauté francophone de Thunder Bay s'est plainte que vous n'offriez pas sur votre service de base la chaîne française de TVOntario. Sauf erreur, elle est offerte au poste 14. Je me demande quels seraient vos commentaires là-dessus.

M. Gage: Lorsque TVO a instauré sa chaîne française, le gouvernement de l'Ontario et TVO ont dressé la liste des marchés qu'ils ne jugeaient pas prioritaires. On nous a dit de présenter une demande au CRTC, de concert avec TVO et la province de l'Ontario, pour offrir ce poste ailleurs qu'aux canaux 2 à 13—j'hésite à utiliser le terme «de base».

Le président: Nous devrions donc dire à ces personnes de s'adresser à leur député provincial.

M. Gage: Oui, mais de l'avis de la plupart des gens, le canal 14 n'est pas exactement un mauvais endroit.

Le président: C'est mieux que 41.

[Text]

Mr. Gage: That is right. We gave them as good a channel position as we possibly could, without causing a backlash in the English-speaking community, where we would have had to remove some very popular English-language service.

The Chairman: Well, you used an exquisite expression earlier on, "a certain preference". And so it is a matter of balancing certain preferences against certain others.

We understand that the witnesses from the National Radio Producers Association are here, and we invite them to come to the table, please. We have a half hour allocated and we would appreciate it if you would give us a brief introductory statement and then be prepared for our questions.

• 1650

Mr. Havoc Franklin (Member, National Radio Producers Association): Thank you very much for the opportunity to appear before the committee. We represent approximately 310 French and English radio producers across Canada outside the Province of Quebec.

We create, conceive, write, produce and direct essentially all the radio programs you hear on CBC Radio and Radio Canada. It includes, for example, all the morning shows across the country, such as the local morning show in Vancouver, *Day Break*, *Langerette l'antique*, the French morning show in Halifax, various afternoon shows and programs like *Arts National*, *Mostly Music*, *The Royal Canadian Air Farce*, *Sunday Morning*, *Vars Canada* and *Morningside*. Essentially the producers work on all those programs, presenting music, performance, variety or current affairs material.

When I thought about coming here and presenting what we had to say, I thought it was important that I establish exactly who we represented and where we come from. Part of what I have to say deals with our motivation for working in the CBC or for public broadcasting. Our motivation is not one which is essentially profit driven; it is public service driven.

The producers—I include myself in this—produce programs to provide Canadian listeners with something to make them see the world around them differently or enjoy life differently, like with *The Royal Canadian Air Farce*. It is something much different from in private radio where essentially you are trying to be successful and have a profit motive.

Basically we believe the Broadcasting Act should reflect the new reality in the radio environment. There are definitely two sides, private and public, and they should be recognized. I do not think the present Broadcasting Act is specific enough in terms of the recognition of radio. Radio is definitely different; it is a different market environment than television and it should be reflected in the Broadcasting Act.

We feel the Broadcasting Act should set the stage in the next 15 years so that it brings out the expression of talent

[Translation]

M. Gage: Exactement. Nous leur avons donné la meilleure position que nous pouvions offrir sans qu'il y ait une réaction de la part de la communauté anglophone, parce qu'autrement nous aurions dû retirer un service anglais très populaire.

Le président: Eh bien, vous avez utilisé une expression exquise un peu plus tôt, «une certaine préférence». Il s'agit donc d'arriver à un équilibre entre les préférences des uns et des autres.

Les témoins de l'Association nationale des réalisateurs de radio sont arrivés, nous les invitons donc à s'asseoir à la table, s'il vous plaît. Nous avons une demi-heure à vous offrir et nous vous saurions gré de faire une brève déclaration liminaire et nous passerons ensuite aux questions.

M. Havoc Franklin (membre, Association nationale des réalisateurs de radio): Merci beaucoup de nous donner l'occasion de comparaître devant votre Comité. Nous représentons environ 310 réalisateurs de la radio française et anglaise à travers le Canada à l'exception du Québec.

Nous créons, concevons, réalisons et dirigeons à peu près toutes les émissions de radio que vous entendez à CBC radio et Radio-Canada. Elles comprennent, par exemple, toutes les émissions du matin au pays, comme l'émission locale de Vancouver *Day Break*, *Langerette l'antique*, l'émission française d'Halifax, différentes émissions d'après-midi comme *Arts National*, *Mostly Music*, *The Royal Canadian Air Farce*, *Sunday Morning*, *Vars Canada*, et *Morningside*. Les réalisateurs travaillent à toutes ces émissions dont le contenu peut être de la musique, des variétés ou des affaires courantes.

En songeant à ma comparution, j'ai pensé qu'il était important de préciser qui nous représentons et d'où nous venons. Je parlerai surtout de ce qui nous motive à travailler pour Radio-Canada ou pour le réseau de radiodiffusion public. Notre motivation ne repose pas du tout sur le profit, mais sur le service au public.

Nos réalisateurs—y compris moi-même—produisent des émissions qui offrent aux auditeurs canadiens une conception différente du monde ou du divertissement, comme dans le cas de *The Royal Canadian Air Farce*. C'est une attitude radicalement différente de celle de la radio privée où l'on cherche avant tout à être populaire et à réaliser des bénéfices.

En substance, nous estimons que la Loi sur la radiodiffusion devrait refléter la réalité nouvelle du monde radiophonique. Il se compose de toute évidence de deux volets, privé et public, et il faudrait le reconnaître. Je ne crois pas que la loi actuelle soit assez précise à l'égard de la radio. La radio est complètement différente; son marché est également différent de la télévision et il faudrait que la Loi sur la radiodiffusion le reflète.

Nous estimons que la Loi sur la radiodiffusion devrait être formulée de façon à favoriser l'expression du talent

[Texte]

existing across the country. The present act does not properly reflect the growing local and regional aspects of the country. It does not do it properly. It is true it has happened, but I am not sure it happened as a result of the 1968 act.

I think we must have a vision of where we want to go in terms of the radio environment and the kind of Canadian cultural entertainment expression we want to hear on the radio. When you look at our recommendations in terms of the material we handed you, that guiding principle is seen throughout, especially in terms of French broadcasting outside of the province of Quebec. I will not say neglected, but it is definitely a very poor cousin to what goes on in the province of Quebec. I have worked in places like Moncton where I am not sure the Acadian population was truly appreciated in terms of the kind of programming that was done for the region.

• 1655

I think that in terms of the recommendations, the other important thing we want to stress is that in terms of the distribution of public programming, it should be given high priority. For instance, in some of the Caplan-Sauvageau task force recommendations, they recommend that the public have access through the cable operators. To me, it makes the most sense. It is a public air wave and we are providing a public service, so let us make sure Canadians at least have as much access as possible to the service.

I think I will just conclude so that you can ask me specific questions. I think we believe very strongly in a strong Canadian radio environment. I think that even in our presentation we believe it should be strong for the private broadcasters as well. I think together we should be able to create a better environment for Canadian writers, musicians, you name it.

Mr. Caldwell: Welcome, Mr. Franklin and Ms Edelson. It is good to have you here.

I have looked at your brief and I think you have been very distinct in some of the areas that you have covered. Certainly it will help us when we start to write our final report. I know you could not cover everything in there. I was hoping that you were not going to read it all because some of it has been said before and we do not need to hear it again.

I would like to ask you something. There has been talk about CBC and its focus and we are going to talk radio. As producers, do you feel that you know where you are going and what you are trying to achieve as far as CBC Radio today is concerned?

[Traduction]

des artistes canadiens au cours des 15 prochaines années. La loi actuelle ne tient pas compte des dimensions locales et régionales qui prennent de plus en plus d'importance. Elle ne le fait pas de façon appropriée. Il est vrai que ces dimensions sont de plus en plus présentes, mais je ne suis pas sûr que cela soit un résultat de la loi de 1968.

Il nous faut avoir une vision de l'orientation future de la radio et de la façon dont elle devrait nous présenter la culture canadienne. Vous constaterez que ce principe se retrouve dans toutes les recommandations que nous vous avons remises, surtout en ce qui a trait au système de radiodiffusion française hors Québec. Je ne dirai pas qu'elle est négligée, mais elle est certainement très pauvre par rapport à ce qui se passe dans la province de Québec. J'ai travaillé dans des villes comme Moncton et je ne suis pas certain que la population acadienne soit réellement appréciée pour ce qui est du genre de programmation destinée à cette région.

Sur le plan des recommandations, l'autre chose importante que nous voulons souligner, c'est qu'on devrait lui accorder une grande priorité sur le plan de la distribution de la programmation publique. Par exemple, dans certaines des recommandations du Groupe de travail Caplan—Sauvageau, on recommande que la population ait accès au service par l'intermédiaire des câblodistributeurs. A mon avis, c'est la solution la plus logique. Il s'agit d'un réseau public et nous fournissons un service public, par conséquent il faut nous assurer que tous les Canadiens ont au moins accès le plus possible au service.

Je vais maintenant conclure pour que vous puissiez me poser des questions précises. Nous croyons très fermement à un solide environnement pour la radio canadienne. Nous croyons qu'il devrait être solide pour les radiodiffuseurs privés également. Ensemble, nous devrions être capables de créer un meilleur environnement pour les écrivains canadiens, les musiciens canadiens, etc.

M. Caldwell: Bienvenue, monsieur Franklin et madame Edelson. Nous sommes heureux de vous accueillir.

J'ai pris connaissance de votre mémoire, et je pense que vous avez été très clair dans certains points que vous avez couverts. Cela nous sera certainement utile lorsque nous commencerons à rédiger notre rapport final. Je sais que vous ne pouviez pas couvrir tout dans votre mémoire. J'espérais que vous n'alliez pas le lire en entier parce que certaines choses qui s'y trouvent ont déjà été dites et qu'il n'est pas nécessaire de les entendre à nouveau.

J'aimerais vous demander quelque chose. On a parlé de la Société Radio-Canada et de son objectif et nous allons parler de la radio. A titre de producteur, croyez-vous savoir où vous vous dirigez et ce que vous essayez d'accomplir pour ce qui est de la radio de Radio-Canada?

[Text]

Mr. Franklin: I think there has definitely been a lot of thought in the area. I would say that there has been a struggle because of budget cutbacks as to where one might want to go. I am specifically talking about local programming. There might be a desire to reduce local programming because of budget cuts.

Essentially the mandate now says that the CBC should be providing a national service. This could mean programming emanating from Ontario and Quebec to the rest of the country. In terms of the vision as to where CBC is going, the people in CBC Radio and certainly the producers have a very strong feeling about an integrated system that relies very heavily on the regions.

It means there is going to be a growth in terms of the needs of the regions in places like Sydney, Corner Brook or Regina. It is not going to be a situation where we can focus all of our attention on the central part of the country in terms of broadcasting in terms of the kinds of things that happen.

For example, in terms of performance broadcasting, there tends to be a tendency to shrink everything so you do the major quality stuff out of the central part of the country. The Broadcasting Act does not protect those performance areas outside of the central part of the country.

Mr. Caldwell: While I appreciate those comments, Mr. Franklin, I do not think this is quite what I was getting after. We have had some witnesses here who said that CBC Radio is trying to reach the so-called yuppie market and that it is trying to lower the age of their audience, which had crept up pretty high. Has someone told you who you should be trying to reach?

Mr. Franklin: In my own personal experience... I have contributed to most of the network programs. I work as a network producer out of Halifax. No one has ever told me to go after a yuppie audience. Maybe there has been a lot of discussion about going after more of an audience between the age of 25 and 50, because our audience tends to be slightly older, but that does not say it is yuppie at all.

• 1700

Mr. Caldwell: No, I am not saying what a yuppie is, but I think whoever said that is right. If you listen to the programming, in some cases, it certainly has changed over the last few years. You have *Saturday Night* now, and basically a disk jockey-type show with *Finkelman's 45s*. You have this kind of programming.

Mr. Franklin: That is true, but I would say it is probably budget-driven rather than yuppie-driven.

Mr. Caldwell: For the same budget, however, you could play classical music.

[Translation]

M. Franklin: On a certainement beaucoup réfléchi à la question. Je dirais que nous avons eu un problème pour ce qui est de ce que nous aimerions faire, en raison des coupures budgétaires. Je parle particulièrement de la programmation locale. On souhaiterait peut-être réduire la programmation locale en raison des coupures budgétaires.

Essentiellement, le mandat dit actuellement que la Société Radio-Canada devrait fournir un service national. Cela pourrait signifier que la programmation proviendrait de l'Ontario et du Québec pour le reste du pays. En ce qui concerne l'orientation de la Société Radio-Canada, les employés de la radio de Radio-Canada et certainement les producteurs ont à cœur un réseau intégré qui dépend beaucoup des régions.

Cela signifie que les besoins des régions augmentent dans des villes comme Sydney, Corner Brook ou Régina. Il ne sera pas possible de concentrer toute notre attention sur les régions centrales du pays pour ce qui est de la radiodiffusion par rapport au genre de choses qui se produisent.

Par exemple, en ce qui concerne la radiodiffusion de spectacles, on semble avoir tendance à vouloir produire les principales émissions de qualité à partir de la partie centrale du pays. La Loi sur la radiodiffusion n'offre aucune protection dans le domaine des spectacles à l'extérieur de la partie centrale du pays.

M. Caldwell: Bien que je trouve ces commentaires très intéressants, monsieur Franklin, je ne pense pas que cela soit tout à fait ce que je cherchais. Certains témoins nous ont dit que la radio de Radio-Canada essaie d'atteindre le soi-disant marché «yuppie» et d'abaisser l'âge de leurs auditeurs qui passablement vieillissent. Quelqu'un vous a-t-il dit quels auditeurs vous devriez essayer d'atteindre?

M. Franklin: D'après mon expérience personnelle... J'ai travaillé à la plupart des émissions du réseau. Je travaille comme producteur de réseau à partir de Halifax. Personne ne m'a jamais dit essayer de rechercher des auditeurs yuppies. Il a peut-être été beaucoup question de la nécessité d'élargir notre public de 25 à 50 ans, car notre public actuel a tendance à être un peu plus âgé, et cela ne signifie pas pour autant que nous devons nous orienter vers un public «yuppie».

M. Caldwell: Non, je ne décrirai pas ce qu'est un public «yuppie», mais il me semble qu'il y a du vrai dans cela. Les émissions ont changé de nature au cours des dernières années. C'est ainsi que vous avez à présent *Saturday Night* et *Finkelman's 45* est devenu, pour l'essentiel, un spectacle avec présentateur de disque. C'est ce genre d'émission que vous avez à présent.

M. Franklin: C'est exact, mais c'est dû davantage à des considérations économiques qu'à la recherche des faveurs d'un public «yuppie».

M. Caldwell: Mais avec le même budget vous pourriez faire entendre de la musique classique.

[Texte]

Mr. Franklin: There is classical music on the stereo service.

Mr. Caldwell: There is also the top 40 on other private stations.

Mr. Franklin: *Finkelman's 45s* is going off the air because he is doing *Day Shift*. However, I think the service provided is quite broad and *Finkelman's 45s* is not top-40 anyway.

Mr. Caldwell: Well, it is old top-40. It is top-40 to me.

Ms McDonald: Over 40.

Mr. Franklin: Most of the cuts on that were top-40, even in your time.

Mr. Caldwell: I can remember a lot of them. Anyway, I am not sure if that is the show. He does the count-down to the hits—

Mr. Franklin: I understand what you are saying, but I would say that producers are not specifically going after what you term as a yuppie audience. There is no doubt there has been a look at the audience in trying to figure out what it is that Canadians are going to want, what kinds of diversity can be provided. Look at a program such as *Ideas*; it has a very young audience.

Mr. Caldwell: Whatever it is—and I am not disagreeing you are going that way, but the point we get is that you are losing the old “loyal CBC people”.

Mr. Franklin: I do not think there is any evidence of that.

Mr. Caldwell: I have another question, but I guess I am going to get cut off.

The Chairman: What is going to happen to you is you are going to get a chance to come back, because Ms McDonald has to leave. She has another appointment and I am going to give her a chance to intervene now. You can come back and finish up.

Ms McDonald: Thank you very much, Mr. Chairman. I have to get to something in my riding, so I did want to just raise a couple of things with you. I was very encouraged by what Mr. McEwen had to say in terms of the direction we are going in with respect to funding for radio, the guarantee—if such is the word—that there would not be cut-backs, the greater reliance on the regions, the regions contributing to network and so on. I thought that sounded very encouraging in terms of the kinds of concerns we have here.

I am very much a radio fan and I was encouraged by the kinds of things he said about the revolution already happening in radio and looking for television to catch up with the corporation.

[Traduction]

M. Franklin: La chaîne stéréo transmet des programmes de musique classique.

M. Caldwell: D'autres chaînes privées transmettent le même genre de musique que vous.

M. Franklin: *Finkelman's 45s* va être remplacé par *Day Shift*. Mais les émissions s'adressent, à mon avis, à un public très vaste et de toute façon, le programme de *Finkelman's 45s* ne porte pas sur les meilleures ventes de disques.

M. Caldwell: Si, sur les anciens disques les plus populaires. Pour moi c'est ce genre de répertoire.

Mme McDonald: Pour les plus de 40 ans.

M. Franklin: La plupart des chansons de cette émission étaient parmi les 40 meilleures tubes, même de votre temps.

M. Caldwell: Je me souviens effectivement d'un grand nombre d'entre eux mais je ne suis pas sûr que ce soit cette émission. Il les donne dans l'ordre croissant de popularité. . .

M. Franklin: Je comprends ce que vous voulez dire mais les réalisateurs, à mon avis, ne visent pas essentiellement ce que vous appelez un public «yuppie». Certes, on s'est demandé ce que voulaient les Canadiens, quel genre de diversité on pouvait assurer. Une émission comme *Ideas* attire un public très jeune.

M. Caldwell: Quoi qu'il en soit et sans que je m'oppose à l'orientation que vous prenez, le fait est que vous perdez les fidèles écouteurs de Radio-Canada.

M. Franklin: Rien ne semble le prouver.

M. Caldwell: J'ai une autre question, mais je sens qu'on va m'interrompre.

Le président: C'est effectivement ce qui va arriver, car M^{me} McDonald, qui a un engagement ailleurs, va devoir nous quitter et je voudrais lui donner auparavant la parole. Mais vous pourrez poser cette question ensuite.

Mme McDonald: Je vous remercie beaucoup, monsieur le Président. Je dois m'occuper d'une question touchant ma circonscription, mais je voulais auparavant aborder ici brièvement certaines questions. J'ai trouvé encourageants les propos de M. McEwen sur le financement de la radio que nous avons adopté, sur la garantie, si ce terme s'applique, de ne pas pratiquer de diminution de budget et de nous en remettre davantage aux régions pour assurer les émissions du réseau. Ces réflexions m'ont semblé très réconfortantes.

Je suis en effet grand amateur de radio et j'ai été encouragé par ce qu'il a dit de la révolution qui se produit d'ores et déjà dans la radiodiffusion et qui va gagner la télévision de Radio-Canada.

[Text]

With respect to the distinctiveness of CBC Radio, I have to pick a fight with you on item 8 in your brief, corporate sponsorship, and urge you to rethink this one.

You want tax incentives to stimulate corporate sponsorship of special music and performance programs. Sponsorships necessarily mean advertising and, of course, one of the great advances in CBC Radio was getting rid of commercials. I suppose the opera is an exception. Once you have tax incentives, you have public money in any event. It is just a different way of providing public money. It seems to me that is a very dangerous step backwards.

Mr. Franklin: I think there are certain dangers in corporate sponsorship and certainly the CBC is aware of that. I think our thrust was to try to think of ways that would increase and stimulate ways of doing types of programs that—

Ms McDonald: There is no doubt that the cigarette manufacturers would love to give you money, and I think it is wrong. I am not asking you a question. I am saying: Would you consider it? It is public money in any event, once there is a tax incentive. Yes, I agree, you could get some money, but there is a certain morality there.

Mr. Franklin: I understand the principle. It is a point well taken, as long as you understand our desire to increase Canadian programming to provide opportunities. In some ways, those are drying up.

Ms McDonald: Yes, but people like me and other members of this committee are fighting for adequate funding for the CBC and adequate public funding. Today we had people, composers for example, saying there are never going to be big audiences, but pleading for greater recognition within radio and stereo and feeling they have been cut back. I do not know if you have producers who have any say in it.

• 1705

Mr. Franklin: Do you mean in terms of how the cut-backs happen?

Ms McDonald: Yes.

Mr. Franklin: I think this is important. It is true we see certain problems today, whether it is in the CBC or the private market. It is really important to us that we want to go beyond the day-to-day kind of problems and try to influence you so that when you write the Broadcasting Act it has some sort of vision, some strategy in the future for opening and developing ways to enhance the kinds of programming we do which could be effected by cuts and finding ways to do it positively, to allow for expression.

[Translation]

En ce qui concerne les caractéristiques originales de Radio-Canada je dois mettre en cause le point 8 de votre mémoire, à savoir le mécénat industriel et vous demanderai de réfléchir à cette question.

Vous réclamez des stimulants fiscaux pour encourager le mécénat industriel à financer des émissions spéciales musicales et théâtrales. Mécénat et publicité vont de pair et l'un des grands progrès de Radio-Canada, justement, est de se débarrasser des annonces publicitaires, l'opéra constituant l'exception. Par stimulants fiscaux on entend nécessairement les deniers publics, c'est simplement l'une des manières de les utiliser. Une telle mesure constituerait, à mes yeux une grave régression.

M. Franklin: Le mécénat industriel recèle certains dangers que Radio-Canada n'ignore certainement pas. Nous nous efforçons simplement de trouver des moyens d'encourager certaines émissions qui. . .

Mme McDonald: Les fabricants de cigarettes ne demanderaient pas mieux que de vous donner de l'argent mais je m'élève contre une telle proposition. Ce n'est pas une question que je vous pose, c'est une affirmation: Songeriez-vous à une telle mesure? C'est de toute façon, lorsqu'il y a une mesure d'incitation fiscale, une utilisation des deniers du contribuable. Ce serait une façon de trouver de l'argent, je vous le concède, mais la morale doit avoir son mot à dire.

M. Franklin: Je comprends le principe et reconnaît la validité de votre argument mais vous devez comprendre que notre seul désir c'est d'élargir l'éventail des émissions Canadiennes. D'une certaine façon, celles-ci se tarissent.

Mme McDonald: Oui, mais des gens comme moi ainsi que d'autres membres de ce Comité luttent pour obtenir suffisamment de crédits pour Radio-Canada, suffisamment de crédits publics. C'est ainsi que des gens, des compositeurs par exemple, nous ont dit que tout en sachant qu'ils ne pourront jamais se faire entendre auprès d'un grand public, demandent à avoir plus de temps d'antenne et se plaignent de ce qu'on leur consacre moins de temps. Vos réalisateurs ont-ils leur mot à dire à ce sujet?

M. Franklin: Voulez-vous parler de la façon dont on pratiquerait les réductions?

Mme McDonald: Oui.

M. Franklin: C'est une question importante. Il existe certainement des difficultés à l'heure actuelle, soit à Radio-Canada ou sur le marché privé. Il importe que nous allions au-delà des problèmes d'intendance en essayant de vous influencer, de façon à vous inspirer pour la rédaction de la Loi sur la radiodiffusion afin que vous ouvriez des perspectives pour nous permettre de réaliser le genre d'émissions qui répondent à des besoins profonds d'expression et sur lesquelles les réductions auraient des effets funestes. . .

[Texte]

The thrust of our whole recommendation is to try to view it more in a positive light rather than saying there are problems with the CBC or other kinds of things. We want to go beyond the specific problems of today because the Broadcasting Act is going to go well beyond today.

The Chairman: Thank you. That is what we are looking for. We are looking for vision, not tunnel vision. I am not suggesting you are offering that; far from it. We are looking for at least peripheral vision, if not fish-eye vision to see all the way around the horizon.

Mr. Franklin: Just do not forget radio.

The Chairman: We are trying not to. You have some radio people here on this panel.

Mr. Caldwell: Mr. McEwen was with us yesterday and outlined his thinking and plans he would like to see implemented. I do not want to get into the whole area you were getting into before about storefronts and this kind of thing. We have heard a lot about money. If only we had the money, we could do this and we could do that. From a producer's standpoint, if you had the money and your budgets were increased, what kinds of things would you like to do that you cannot do now? Where is the problem coming from?

Mr. Franklin: You will have noticed a change in the type of programming. *Finkelman's 45s* is an example. Essentially that comes from a desire to do a no-cost program, no-cost because it is easy to spin discs; it does not cost any money. You are not hiring a performer; that is expensive. If you had the money, perhaps you would not do *Finkelman's 45s*; perhaps you would do a program involving more Canadian talent and more writers. It is where you get the kind of expression you are looking for on a local, regional or a national basis. With more money perhaps you would have different types of expression.

In terms of information programming, what you hear is essentially disc, telephone interview, disc, telephone interview. It is a result of doing a cheaper program. If you wanted to do a higher quality program... Let us say *Prairie Home Companion* in the United States. It was very popular. It touched rural and urban people. That costs a lot of money because you are dealing with hosts and performers.

I think with money you would hear a more diverse kind of sound. I think it would be true in the private sector as well. I know some private broadcasters certainly want to enter into the area of drama. I have been at conferences where they have expressed a desire to do that. I think Jim Sward wanted to get into that area. It is great, but he needs money to do it.

Mr. Caldwell: This might be an unfair question, but I am sure you and your colleagues sat around the odd time and talked about it. Are there areas the CBC should not be in?

[Traduction]

Notre recommandation vise avant tout à essayer de voir les choses de façon plus constructive sans nous laisser obnubiler par les difficultés de Radio-Canada. Nous voudrions dépasser le cadre des problèmes actuels, car la Loi sur la radiodiffusion est destinée à transcender le présent.

Le président: Je vous remercie. C'est exactement ce que nous demandons, des perspectives d'avenir et non les problèmes vus par le petit bout de la lorgnette. Ce n'est certainement pas ce que vous nous proposez, loin de là, mais ce que nous demandons de vous, c'est un regard qui embrasse l'avenir, mais non une vue mioppe des choses.

M. Franklin: N'oubliez pas non plus la radiodiffusion.

Le président: Nous nous y efforcerons. La radiodiffusion est bien représentée à ce Comité.

M. Caldwell: Nous avons entendu hier M. McEwen nous tracer les grandes lignes des projets qu'il voudrait voir exécuter. Je ne veux pas revenir sur les mini stations, dont il était question tout à l'heure. On nous a beaucoup parlé de ressources financières: si nous avions l'argent, nous pourrions faire ceci et cela! Mais en tant que réalisateur, si vous n'aviez pas à vous soucier d'argent, quels seraient les projets que vous voudriez exécuter et que vous ne pouvez à l'heure actuelle? D'où vient la difficulté?

M. Franklin: Vous aurez constaté un changement dans le genre des émissions, changement dans *Finkelman's 45s* est un exemple. La raison d'être d'un tel programme, c'est qu'il ne coûte pas cher, c'est bon marché de faire écouter des disques, on n'a pas besoin, pour cela, d'un artiste du spectacle, qui revient cher. Si l'on avait pas de problème pécuniaire, on ne ferait peut-être pas un programme comme *Finkelman's 45s*, on ferait peut-être plus appel aux talents de notre pays, à ses écrivains. On pourrait leur permettre de s'exprimer sur les chaînes nationale, locales ou régionale. Si l'on avait plus d'argent, ce n'est sans doute pas le même genre d'émissions que nous aurions.

En ce qui concerne les actualités, vous entendez surtout, en alternance, des disques et des interviews téléphoniques, là encore parce que c'est meilleur marché. Si vous voulez des émissions de meilleure qualité... Prenons le cas de *Prairie Home Companion* qui avait une grande audience aux États-Unis, un public tant rural qu'urbain. C'est un programme coûteux, parce qu'il vous faut des animateurs et des artistes.

L'argent vous permettrait également d'assurer une plus grande diversité, et c'est probablement tout aussi vrai pour le secteur privé. Je connais des radiodiffuseurs privés qui aimeraient faire des émissions dramatiques, qui en ont manifesté le désir lors de conférences auxquelles j'ai assisté. Jim Sward était l'un d'entre eux. C'est une excellente idée, mais encore faut-il l'argent pour le faire.

M. Caldwell: La question que je vais vous poser est peut-être embarrassante, mais je suis sûr que vous et vos collègues en avez souvent parlé. Y a-t-il des choses que Radio-Canada devrait s'abstenir de faire?

[Text]

[Translation]

• 1710

Mr. Franklin: That is hard for me to answer.

Mr. Caldwell: There must be occasions when you think money is being wasted.

Mr. Franklin: Internally, I am sure you would get lots of debate on that. From an association point of view, we do not speak for the CBC. We are speaking for producers who happen to work for the CBC. Sure, if you analyze the CBC, you could find areas they should not spend money in. But I am not going to designate those areas. It is quite a complicated situation. Canadian listeners need almost all the things the CBC is providing.

Mr. Caldwell: We have had some complaints from private broadcasters who say the CBC is one of the worst offenders against Canadian content standards. They say CFRB in Toronto actually plays more Canadian music than the CBC.

Mr. Franklin: I doubt whether private broadcasters are generally better in this regard. This does not mean that the CBC should not improve, though.

Mr. Caldwell: The reasoning is that as a Canadian subsidized organization, you should not be playing any American at all unless it is an absolute necessity.

Mr. Franklin: I have been producing a program recently in Halifax. This is for the Maritime region. It is a Sunday morning program. Here in Ontario you hear **Fresh Air*. We do not just talk about Canadian music; we talk about maritime music. Where are you going to hear it? There are a certain number of records produced in the Maritimes. But it is difficult. Most of those recordings come from CBC talent broadcast recordings. There might be 200 songs to choose from. Well, if you are programming over a year, you have a tough situation.

I would agree with you if you were saying that we had to have more music from various regions, that the CBC should make more of an effort to get that kind of stuff on the air.

Mr. Caldwell: You mentioned *Fresh Air*. That is one program that is not aimed at the yuppie market, but it is very popular.

The Chairman: On this whole issue of regionality, there was the announcement last week by Mr. McEwen of the realignment in British Columbia in which Kelowna, Kamloops, and Prince George were designated as storefront operations. There was also a reassignment of resources from Prince Rupert and the *Day Break* show. Do you have knowledge of these storefront operations?

M. Franklin: Il m'est difficile de vous répondre là-dessus.

M. Caldwell: Il doit y avoir des cas où vous pensez que l'argent est gaspillé.

M. Franklin: On en discute certainement beaucoup entre nous, mais en tant qu'association, nous ne sommes pas les porte-paroles de Radio-Canada, mais des réalisateurs qui, par hasard, travaillent pour Radio-Canada. Vous pourriez certainement, si vous analysez le mandat de Radio-Canada, constater qu'il y a des domaines pour lesquels Radio-Canada ne devrait pas dépenser d'argent, mais je ne veux pas les préciser. C'est une situation très complexe. Il y a certainement des auditeurs pour la plupart des émissions de Radio-Canada.

M. Caldwell: Certains réalisateurs privés se sont plaints de ce que Radio-Canada soit l'un de ceux qui respecte le moins les critères de contenu canadien; CFRB, de Toronto, émet d'après eux, plus de musique canadienne que Radio-Canada.

M. Franklin: Je doute fort que les réalisateurs privés puissent se vanter sur ce point, mais il n'en reste pas moins que Radio-Canada aurait bien des progrès à faire là-dessus.

M. Caldwell: Mais Radio-Canada étant une organisation qui bénéficie de subventions, elle ne devrait pas émettre des oeuvres américaines, sauf nécessité absolue.

M. Franklin: J'ai récemment fait une émission à Halifax, pour la région des Maritimes. Il s'agissait d'une émission du dimanche matin: en Ontario, vous avez *Fresh Air*. Il ne s'agit pas simplement de musique canadienne, mais de musique des Maritimes. Où pourrait-on l'entendre? Il y a un certain nombre de disques qui ont été faits dans les Maritimes, mais ce n'est guère facile, la plupart de ces enregistrements provenant des archives enregistrées de Radio-Canada. Il y a une sélection d'environ 200 chansons, mais si vous préparez vos émissions pour toute l'année, vous n'avez pas beaucoup de choix.

Je serais d'accord avec vous si vous disiez que nous devons davantage faire entendre les musiques des différentes régions, que Radio-Canada devrait davantage s'efforcer de réserver du temps d'antenne à ce genre d'émission.

M. Caldwell: Vous mentionniez *Fresh Air*. Voilà un programme qui est très populaire et qui ne vise pas le marché «yuppie».

Le président: A propos de la question de régionalisme, M. McEwen a annoncé, la semaine dernière, qu'il y avait eu une réorganisation en Colombie-Britannique, où Kelowna, Kamloops et Prince George sont devenues des mini-stations. Il y a également eu une redistribution des fonds de Prince Rupert et de l'émission *Day Break*. Avez-vous entendu parler de la création de ces mini-stations?

[Texte]

Mr. Franklin: I do not have specific knowledge, other than what I learned from being involved with the Radio Development Project. It was prior to the major cut-backs in 1984. The way I understand storefront operations, they encourage expansion to more communities. So it sounds to me as if the British Columbia project is a very sensible one. It might not cost as much. It may not be what you ideally want to do, but it provides a much better service. I think it is important that there be some representation or some access for people as well as better coverage. When you compare the kind of coverage we have in this country on radio, television is even tougher because you have to get to those places.

• 1715

The Chairman: Part of it is getting to the places. The other part of it is getting the places out to other places. For example, if there is a good news item or a substantial backgrounder out of Kelowna, is it heard elsewhere in Canada? This is one of the most recurrent themes we have run into in our travels across the country. How does one end of this remarkably scattered country ever communicate with the other end, other than through a Montreal or Toronto filter?

Mr. Franklin: You have hit the nail on the head. I think the way radio has done it has been fairly successful. There certainly could be lots of improvements. I think that when you look at the act the way it is now, there really is no protection whatsoever for local or for regional. . . There is some reference to it, but essentially—

The Chairman: It is part of the mandate of the corporation.

Mr. Franklin: Yes. Someone could come along and argue that the CBC is providing a service essentially out of a booth in Toronto because it is a national service. This goes for all types of programming. I think it is really essential that when you come to consider French broadcasting, performance broadcasting, variety, or entertainment type of broadcasting that the regional and local aspect is extremely important. It is not there to protect a growing population outside of Toronto, Montreal and Ottawa and the golden triangle.

I think this is very important. I think producers feel it is important because they are out there. If you talk to a French producer in Regina, he or she feels incredibly responsible for the community and is providing stuff.

The Chairman: I know that a lot of those people work around the clock. Often it is on their own time because they are so committed to what they are doing.

Thank you, Mr. Franklin and Ms Edelson, for being with us today. As somebody who was a radio producer 34

[Traduction]

M. Franklin: Je ne sais rien de précis, si ce n'est ce que j'ai entendu lors de ma participation au projet de développement de la radiodiffusion. C'était avant les grandes compressions budgétaires de 1984. Les mini-stations, sauf erreur, sont censées encourager la participation d'un plus grand nombre de collectivités, et le projet de la Colombie-Britannique me paraît donc fort raisonnable et peut-être relativement économique. Ce n'est peut-être pas l'idéal, mais c'est certainement une amélioration des services. La programmation est importante, certes, mais il faut également améliorer la représentation ou l'accès pour les gens. Lorsque vous comparez les reportages à la radio et à la télévision, vous vous rendez compte des difficultés supplémentaires de la télévision car il faut se rendre sur les lieux.

Le président: Le problème consiste d'une part à se rendre sur les lieux, mais d'autre part il consiste à assurer le rayonnement des émissions. Ainsi, si Kelowna a quelque chose d'important à transmettre, est-ce qu'on en entendra parler ailleurs au Canada? C'est la question qui est revenue avec le plus d'insistance au cours de nos voyages à travers le pays. Dans une région aussi vaste aux populations aussi dispersées, comment la communication d'un bout à l'autre peut-elle s'établir autrement que par le truchement de Montréal ou de Toronto?

M. Franklin: Vous avez touché au vif du sujet. La radio me semble y être assez bien parvenue, bien que tout ne soit pas parfait. Si vous examinez la loi actuelle, vous constaterez qu'il n'existe aucune protection pour les émissions locales ou régionales. . . Il en est question, mais pour l'essentiel. . .

Le président: Cela fait partie du mandat de la société Radio-Canada.

M. Franklin: Oui, mais d'aucuns vous diront que Radio-Canada étant une organisation nationale peut assurer tous les services à partir d'un studio de Toronto. Cela s'applique à toutes les catégories d'émissions. Or, l'aspect régional et local me paraît extrêmement important pour les émissions en langue française, les émissions théâtrales, les variétés ou autres programmes de divertissement. Radio-Canada n'existe pas uniquement pour desservir une population en expansion dans la région de Toronto, de Montréal, d'Ottawa ou du triangle d'or.

C'est une question qui me paraît très importante, à moi ainsi qu'aux réalisateurs qui se trouvent sur les lieux. Si vous vous entretenez avec un réalisateur francophone à Régina, il ou elle se déclarera au plus haut point responsable d'assurer les émissions pour la communauté locale.

Le président: Je sais qu'un grand nombre de ces gens se dépensent sans lésiner sur leur temps, parce qu'ils croient à ce qu'ils font.

Je vous remercie, monsieur Franklin et madame Edelson d'avoir bien voulu venir aujourd'hui. Il y a 34

[Text]

years ago, I have some empathy for what you are striving to do. It has come a long way from those very imprecise days when we wanted to get a sound effect of the train going across a high-level bridge in sub-zero weather and the only way to do it was to take the train ride. The problem was getting off the train at the other end. We wound up in Wetaskiwin one night. Thank you very much.

I will now call the witnesses from CUC Limited. We invite Mr. Bob Short and Mr. Juris Silkans to come forward. Mr. Short, this is getting to be a habit. From our point of view it is a good habit, because we have gained a fair amount of insight and wisdom from your appearances already. We appreciate your indulging us today. You gave us a lot of your time and wisdom in Windsor in September. We are interested in hearing the broader picture from you today. We know that you operate in many areas of the country and in this province. If you would, sir, give us a few remarks and then be ready for questions from your vast panel.

Mr. Bob Short (Deputy Chairman, CUC Limited): Mr. Chairman, it is Mr. Silkans and I who are grateful to you for the privilege of being invited back again for a few minutes this afternoon. We recall with genuine appreciation your reception of our presentation in Windsor on September 15. We are also grateful, sir, for the ongoing interest we believe the committee has in multi-point distribution system, known as MDS.

• 1720

This afternoon, as you have suggested, Mr. Chairman, we want to be objective, constructive, and above all brief. I think all Canadians who have been following your deliberations are thankful for both the quality of your reports and your stamina throughout very demanding hearings across Canada.

We submit that CUC can be objective because we are involved in the whole spectrum of the communications scene: program production, packaging, delivery, delivery by satellite, microwave, co-axial cable, radio and TV broadcasting.

Mr. Chairman, we want to be constructive because we earnestly believe in the mutual responsibility and interdependence of all elements of the Canadian broadcasting system. To ensure that Canadians have adequate choice of Canadian programming, and to increase Canadian program production, all communication components in Canada must work together with synergy to compete against the spill-over of U.S. programming.

[Translation]

ans j'étais moi-même réalisateur de radio et vous avez, à ce titre, toute ma sympathie. Beaucoup de choses ont évolué depuis cette époque où, quand nous voulions faire entendre le bruit d'un train franchissant un pont dans une atmosphère glaciale, la seule façon d'obtenir cet effet était de prendre le train en question, la difficulté étant de descendre du train à l'autre bout. C'est ainsi que nous avons fini une nuit à Wetaskiwin. Je vous remercie beaucoup.

Je vais maintenant demander aux témoins représentant CUC Limited, messieurs Bob Short et Juris Silkans, de se présenter. Monsieur Short, vous êtes devenu l'un de nos habitués ce qui est tout à notre avantage, car vous nous avez fait part de choses bien intéressantes. Nous sommes donc heureux de vous revoir et avons gardé bon souvenir des sages propos que vous nous avez tenus à Windsor, en septembre. Nous voudrions aujourd'hui vous demander d'élargir le débat. Nous savons que vous êtes actif dans un grand nombre de régions, ainsi que dans cette province. Vous pourriez peut-être dire quelques mots en guise d'introduction et les nombreux membres de ce Comité seront alors heureux de vous poser des questions.

M. Bob Short (président adjoint, CUC Limited): Monsieur le président, c'est nous qui vous remercions de l'honneur que vous nous avez fait en nous réinvitant cet après-midi. Nous avons en effet gardé le meilleur souvenir de l'accueil que vous nous avez réservé le 15 septembre à Windsor. Nous vous sommes également reconnaissants, monsieur, de l'intérêt que ce Comité a constamment manifesté au système de distribution multi-points.

Cet après-midi, comme vous l'avez recommandé, monsieur le président, nous voulons nous montrer objectifs, positifs, et par-dessus tout, être brefs. Je crois que tous les Canadiens qui ont suivi vos délibérations vous sont reconnaissants de la qualité de vos rapports et aussi, de l'endurance dont vous avez fait preuve pendant toutes ces audiences si fatigantes que vous avez tenues dans tout le Canada.

Nous considérons que CUC Limited peut être objectif car nous intervenons dans toute la gamme des activités de communication: production de programmes, présentation, diffusion par satellite, micro-ondes, câble co-axial, radio et télévision.

Monsieur le président, nous tenons à avoir une attitude positive car nous sommes absolument convaincus de la responsabilité mutuelle et de l'interdépendance de tous les éléments du réseau canadien de radiodiffusion. Pour que les Canadiens aient suffisamment de possibilités de choix entre les divers programmes canadiens, et pour accroître la production de programmes chez nous, il est indispensable d'établir une synergie entre les diverses composantes du secteur des communications au Canada pour qu'elles puissent faire concurrence à la surabondance de programmes américains.

[Texte]

I suggest that your comprehensive consultative process is serving Canada well, in that it is helping those of us in the industry look for new dimensions of co-operations with the other components of the industry. We respectfully suggest that you are dealing with issues that have a complex history, and in addition you have the challenge of predicting the future. Two of these historic subjects once more come to the forefront in the Canada-U.S. free trade discussions.

Bill C-58 and simultaneous program substitution by cable companies should, in our view, both continue in place to protect the revenue of Canadian broadcasters. CUC takes this position knowing that repeal of Bill C-58 and its mirror legislation in the United States would benefit our Windsor radio stations' sales in Detroit. The importance, however, of Bill C-58 to the Canadian broadcasting system far outweighs the parochial advantages to Canadian radio stations in Windsor.

I think it is instructive, Mr. Chairman, to recall that the Canadian Cable Television Association initiated the suggestion of simultaneous substitution in June 1971, and it was also primary in pressing for the passage of Bill C-58. On both these issues the cable industry submerged self-interest for benefits to the total Canadian broadcasting system.

Former CRTC chairman Harry Boyle once said that governments always regulate the past, not the future, and it is the lag that causes many problems. Regulatory lag has been a serious and costly issue for cable companies in the 1970s. The CRTC in the past three years, however, has moved with firmness of purpose to reduce the regulatory lag and indeed to move proactively in the planning process for the future of the Canadian broadcasting system.

We thought it would be interesting, Mr. Chairman, as you consider the wisdom of a new act, to take another two and one-half minutes in which Mr. Silkans will compare the cable television climate when the 1968 Broadcasting Act came into force with the conditions today.

Mr. Juris Silkans (Vice-President, CUC Limited): Cable television is still a young industry. Its early years were devoted to establishing its market base, to technical development, and to the sorting out of the roles of the pioneers and developers of the industry. Comparing then and now, we see a system that started with fewer than 12 channels and now has 30 to 40 in all systems across the

[Traduction]

Le processus de consultation généralisée que vous utilisez est très utile au Canada car il aide ceux d'entre nous qui appartiennent à l'industrie des communications à rechercher de nouvelles formes de coopération avec les autres éléments de cette industrie. Nous nous permettons de vous faire respectueusement observer que vous traitez là de questions liées à un contexte historique complexe et qu'en outre, vous avez la tâche fort difficile, de prédire l'avenir. Deux de ces sujets historiques reviennent encore une fois au premier plan des discussions sur le libre-échange entre le Canada et les États-Unis.

Le projet de loi C-58 et la substitution simultanée de programmes par les sociétés de câblodistribution devraient, à notre avis, continuer à être autorisés afin de protéger les recettes des radiodiffuseurs canadiens. C'est la position prise par CUC Limited bien qu'elle sache fort bien que le rejet du projet de loi C-58 et l'abolition de la loi correspondante aux États-Unis favoriseraient les ventes, à Détroit, de nos stations de radio de Windsor. Cependant, l'importance du projet de loi C-58 pour la radiodiffusion canadienne dépasse de très loin les avantages que son rejet représente pour les stations de radio de Windsor, avantages étroits et limités.

Il me paraît intéressant de rappeler, monsieur le président, que l'Association canadienne de télévision par câble est l'organisme qui a été le premier à proposer la formule de la substitution simultanée, en juin 1971, et à exercer des pressions pour que le projet de loi C-58 soit adopté. Sur ces deux points, l'industrie de la câblodistribution a fait passer avant son intérêt personnel les avantages que cela présentait pour l'ensemble du réseau de radiodiffusion canadien.

L'ancien président du CRTC, M. Harry Boyle, a dit un jour que les gouvernements réglementent toujours le passé, et non l'avenir, et que c'est ce déphasage qui crée de nombreux problèmes. Le déphasage de la réglementation a effectivement créé un problème aussi coûteux que grave pour les compagnies de câblodistribution dans les années 1970. Ces trois dernières années, le CRTC a cependant su faire preuve de fermeté et a pris les mesures nécessaires pour réduire le déphasage dans ce domaine et est même allé jusqu'à prendre d'avance les mesures appropriées dans le processus de planification de l'avenir de la radiodiffusion canadienne.

Nous avons pensé qu'il serait intéressant, monsieur le président, alors même que vous étudiez la pertinence d'une nouvelle loi, de prendre deux minutes et demie de plus afin de permettre à M. Silkans de comparer avec la situation actuelle le climat qui régnait dans le domaine de la télévision par câble lorsque la Loi sur la radiodiffusion de 1968 est entrée en vigueur.

M. Juris Silkans (vice-président, CUC Limited): La télévision par câble est encore une jeune industrie. Elle a consacré ses premières années à se créer un marché, à se développer sur le plan technique, et à mettre un peu d'ordre dans les rôles joués par les pionniers et les promoteurs de l'industrie. Si nous comparons cette époque avec celle d'aujourd'hui, nous constatons qu'un

[Text]

country. By the end of next year most major systems will have expanded to 60 channels, or more than five times the capacity of the early years in the industry.

[Translation]

réseau qui avait commencé avec moins de douze chaînes en a maintenant 30 ou 40 dans l'ensemble du pays. D'ici la fin de l'an prochain, la plupart des grands réseaux seront passés à 60 canaux, soit plus de cinq fois la capacité des premières années de notre industrie.

• 1725

In 1968, and up until the past year or two, cable suffered from an identity crisis. Now it is a full partner in the broadcasting system and has its own role and place. In the Department of Communications white paper it was called the only means of guaranteeing delivery of Canadian broadcasting signals to Canadian homes. Then, cable was prey to the stress and strain of federal-provincial jurisdictional conflicts. Now the national cultural significance of cable has placed it under clear federal jurisdiction. Then, cable was viewed with antagonism by broadcasters. Now it is accepted with appreciation as a contributor to the success of Canadian broadcasters by extending the reach of their signals. Windsor Cable, for example, brings in four distant Canadian signals to Windsor from other parts of Ontario.

En 1968, et pas plus tard qu'il y a un an ou deux, la télévision par câble a connu une crise d'identité. Elle est maintenant membre à part entière du réseau de radiodiffusion où elle a un rôle et une place bien déterminés. Dans le Livre blanc du ministère des Communications, elle était considérée comme le seul moyen de garantir l'accès des foyers canadiens aux émissions canadiennes. La télévision par câble a ensuite été la victime des tensions créées par les conflits de compétences entre le gouvernement fédéral et les provinces. Aujourd'hui, du fait de son importance culturelle sur le plan national, elle relève clairement de la compétence fédérale. A une certaine époque, les radiodiffuseurs étaient hostiles à la câblodistribution, mais aujourd'hui, ils l'acceptent et l'apprécient car elle contribue à leur succès en leur permettant d'étendre le champ de leurs émissions. *Windsor Cable*, par exemple, permet à Windsor de recevoir quatre signaux canadiens lointains émanant d'autres régions de l'Ontario.

Cable was not mentioned by the Fowler commission, and the unwieldy definition of cable as a "broadcasting receiving undertaking" was added as an afterthought to the 1968 Broadcasting Act. Now your recommendations on the Caplan-Sauvageau task force report have acknowledged that cable is a full partner in the broadcasting system and a major participant, whose role is changing in ways that will increasingly benefit the public.

La Commission Fowler ne faisait aucune mention de la câblodistribution, et la définition assez pesante des «entreprises de réception de radiodiffusion» qui en a été donnée, a été ajoutée, après coup, à la Loi sur la radiodiffusion de 1968. Aujourd'hui, vos recommandations concernant le rapport Caplan-Sauvageau montrent que vous considérez que la câblodistribution est membre à part entière du réseau de radiodiffusion et en est même un des participants les plus importants dont le rôle évolue dans un sens de plus en plus favorable au public.

What is cable today? It is an industry that will in 1988 restructure its offerings to accommodate new channels and changing subscriber demands. It is an industry that will be doubling its existing capacities over the next three to five years. It is an industry that is developing new interactive cable services. It is an industry committed to research, through involvement in the mainstream of development of new technologies, such as high-definition television. Cable is an industry that is also aware of fibre-optic developments and the challenges those developments will present for the cable television industry, for the telephone industry, and for public policy-makers.

Qu'est donc la câblodistribution aujourd'hui? C'est une industrie qui, en 1988, se réorganisera pour offrir de nouveaux canaux et tenir compte de l'évolution de la demande des abonnés. C'est une industrie qui, au cours des trois à cinq prochaines, doublera sa capacité actuelle. C'est une industrie qui est en train de mettre au point de nouveaux services de câblodistribution interactifs. C'est une industrie qui accorde beaucoup d'importance à la recherche et qui, de ce fait, joue un rôle actif dans l'élaboration de technologies nouvelles, telles que la télévision à haute définition. La câblodistribution est une industrie qui suit également de près les progrès réalisés dans le domaine de l'optique de fibre et qui est très au courant des défis ainsi créés pour l'industrie de la télévision par câble, celle du téléphone, et les responsables des politiques publiques.

Cable has also made strides in non-technical areas. At one time cable was the programmer of last resort, and as such the originator of multicultural television, broadcast repeat channels, and children's television. No other members of the broadcasting system were interested in

La câblodistribution a également fait des grands progrès dans les secteurs non techniques. A une certaine époque, elle était le programmeur sur lequel on se rabattait en désespoir de cause, et de ce fait, c'est elle qui diffusait les programmes multiculturels, les reprises et les programmes

[Texte]

these services 15 years ago. Cable now takes its place among broadcasters and producers through its involvement in radio, television, and production.

CUC is actively involved in an application for a children's channel called YTV Canada. As part of our presentation to the CRTC, we, along with our partner, Rogers Broadcasting Ltd., tabled unprecedented and unique safeguards to ensure that any cable company involved in the ownership of speciality channels would deal with other services with the utmost objectivity and probity. We recognize our responsibility as members of this industry, and we are confident that a new Broadcasting Act, based on recommendations by your committee, will give cable companies the ongoing freedom to continue to serve the expectations and needs of Canadians.

You mentioned wisdom at the beginning of your comments to us. Since we hope it is a renewable resource, we will try to satisfy your questions again.

The Chairman: When Mr. Paul Morton was with us earlier today, we were chatting about round 22. It seems we come back for return engagements in this process. It is a good thing wisdom is recyclable, because we are going to need a lot of it. We are pleased to have your contribution.

Mr. Caldwell: Welcome, Mr. Short and Mr. Silkans, once again. It is the same old story: we leave Windsor to the last all the time. It is the only place in Canada where we have to bring in distant Canadian stations. It is unusual.

• 1730

Mr. Short: It is.

Mr. Caldwell: You created quite a stir in the Windsor area when you were down there, when you appeared before us regarding the MDSs. Do you have any more satisfactory answers since the last time we talked to you about what DOC has told you?

Mr. Short: Well, their position is very clear. We met with the senior officials of DOC subsequent to the presentation in Windsor, and we tried to present the case for the sovereignty issue as being primary to strict spectrum management considerations. The DOC position is that they are restricting their action on this issue to spectrum management per se. They do not feel they have the mandate to pick up the policy issue. They have stated

[Traduction]

télévisés pour enfants. Il y a quinze ans, c'étaient là des services qui n'intéressaient aucun autre membre du réseau de radiodiffusion. Aujourd'hui, la câblodistribution prend sa place au sein des radiodiffuseurs et des producteurs grâce au rôle qu'elle joue dans le domaine de la radio, de la télévision et de la production.

CUC Limited est activement associé à une demande de canal de programmes pour enfants appelé YTV Canada. Dans le cadre de la demande que nous avons présentée au CRTC avec notre associé, Rogers Broadcasting Limited, nous avons présenté des garanties sans précédent qui assurent que toute société de câblodistribution propriétaire de canaux spécialisés traite les autres services avec une objectivité et une probité absolues. Nous reconnaissons notre responsabilité en tant que membres de cette industrie, et nous sommes certains qu'une nouvelle loi sur la radiodiffusion, fondée sur les recommandations de votre Comité, donnera aux sociétés de câblodistribution la liberté dont elles continueront à avoir besoin pour répondre aux attentes et aux besoins des Canadiens.

Vous avez parlé de sagesse au début des remarques que vous nous avez faites. Comme c'est une ressource renouvelable, du moins nous l'espérons, nous essaierons de donner, encore une fois, des réponses satisfaisantes à vos questions.

Le président: Lorsque M. Paul Morton a comparu plus tôt aujourd'hui, nous avons parlé de la ronde 22. Apparemment, on y revient toujours. Il est bon que la sagesse soit un produit recyclable, car nous allons en avoir beaucoup besoin. Nous sommes heureux de votre apport.

M. Caldwell: Monsieur Short et monsieur Silkans, je vous souhaite à nouveau la bienvenue. C'est toujours la même histoire: nous laissons toujours Windsor pour la fin. C'est le seul endroit au Canada auquel nous sommes obligés d'assurer la réception de stations canadiennes lointaines. C'est inhabituel.

M. Short: En effet.

M. Caldwell: Vous avez suscité pas mal de remous dans la région de Windsor lorsque vous y étiez et que vous avez comparu devant nous au sujet des SDC. Avez-vous quelque chose de plus satisfaisant à nous dire depuis la dernière fois que nous vous avons parlé de ce que le MDC vous avait dit?

M. Short: La position du ministère des Communications est très claire. Nous avons rencontré certains de ses cadres supérieurs après notre exposé à Windsor, et nous avons essayé de leur expliquer pourquoi nous considérons que la question de la souveraineté était essentielle à une stricte gestion du spectre. Ils nous ont répondu qu'ils limitent leur intervention à la gestion proprement dite du spectre et qu'ils estiment ne pas avoir

[Text]

that unequivocally. So we think this should be pursued in other areas. That is the situation report, Mr. Caldwell.

Mr. Caldwell: Mr. Short, I do not know whether the same reporter called you who was talking to me, because I told him to talk to you a couple of days back. I do not know if he could get in touch with you or not, because I said you are the person who knows more about it than anyone else does. But this reporter had been told that DOC had said it would be no problem, that the signal will not cross the river anyway.

Mr. Short: I think the reporter has misunderstood the situation. The signal does cross the river. As a matter of fact—

Mr. Caldwell: It was not the reporter who said that. He was reporting that DOC said.

Mr. Short: Well, the answer is that we demonstrated the signal in the meeting room with the parliamentary committee in Windsor. It certainly crosses the river. It crosses right through to Essex and Kent counties. That is just a wrong statement.

The reporter did not reach me, but I just got back to Ottawa this morning. He may have tried.

Mr. Caldwell: There was some indication that, whether the signal even was available, those channels could still be used on the Canadian side. Now, do you know of any technical thing. . . how those could still be used?

Mr. Short: There is a theory that using cross-polarization on offset, the 31 channels now occupied by the Americans in the 2500-2686 megahertz spectrum can also be used for 31 transmissions on the Canadian side.

This is still theoretical; it has not been demonstrated empirically, and our position to the DOC on that issue is: Look, until that is clearly demonstrated without technical reservation, reserve some spectrum space for future use by Canadians, just a portion of it.

So we applied to the DOC on Tuesday, officially, for eight MDS channels to go back to back with the Renaissance Tower in Detroit transmitting into the United States, and we would transmit into Canada. We submitted this application on Tuesday and we have not heard yet, of course, on how it will be dealt with.

Mr. Caldwell: So you are going to get into the MDS transmission?

Mr. Short: We feel there is a sort of reticence on the part of the DOC to pick up what we think is an

[Translation]

le mandat nécessaire pour intervenir sur le plan des politiques. Leur réponse là-dessus a été sans aucune équivoque. Nous pensons donc que la question devrait être poursuivie ailleurs. Voilà où nous en sommes, monsieur Caldwell.

M. Caldwell: Monsieur Short, je ne sais pas si le journaliste qui m'a parlé vous a également appelé, car je lui ai dit de prendre contact avec vous il y a deux jours. Je ne sais pas s'il a pu le faire, car je lui ai déclaré que vous étiez la personne la mieux qualifiée pour parler de cette question. Il semble qu'on ait dit à ce journaliste que le MDC avait déclaré qu'il n'y aurait pas de problème, et que, de toute façon, le signal ne franchirait pas la rivière.

M. Short: Je crois que ce journaliste n'a pas bien compris la situation. Le signal franchit bien la rivière. En fait. . .

M. Caldwell: Ce n'est pas lui qui a dit cela. Il ne faisait que répéter ce qu'avait déclaré le ministère de l'Environnement.

M. Short: Eh bien, la réponse est la suivante: Nous avons fait la démonstration du fonctionnement du signal dans la salle où nous rencontrions le Comité parlementaire à Windsor. Ce signal franchit indiscutablement la rivière. Il est reçu jusque dans les comtés d'Essex et de Kent. Cette déclaration est donc fausse.

Le journaliste ne m'a pas rejoint, mais je suis seulement rentré à Ottawa ce matin. Il est possible qu'il ait essayé.

M. Caldwell: Certains pensaient, à supposer que le signal soit disponible, que ces canaux pouvaient encore être utilisés du côté canadien. Sur le plan technique. . . Savez-vous comment ils pourraient l'être?

M. Short: En théorie, si on utilise la polarisation orthogonale avec déplacement de l'origine, les 31 canaux actuellement occupés par les Américains dans la gamme des 2,500 à 2,686 mégahertz peuvent également être utilisés pour 31 transmissions du côté canadien.

Cela demeure théorique et n'a pas encore été démontré empiriquement, et la position que nous avons adoptée à l'égard du MDC sur la question est la suivante: tant que cela n'aura pas été clairement démontré sans aucune restriction technique, réservez au moins une partie du spectre aux Canadiens pour qu'ils puissent l'utiliser ultérieurement.

Mardi dernier, nous avons donc officiellement demandé au MDC de nous accorder huit canaux SDC qui fonctionneraient dos-à-dos avec la *Renaissance Tower* à Détroit qui transmet vers les États-Unis, pendant que nous transmettrions vers le Canada. Cette demande remonte à mardi et nous ne savons pas encore, bien sûr, la suite qui lui sera réservée.

M. Caldwell: Vous allez donc vous lancer dans la transmission par SDC?

M. Short: Nous avons l'impression que le ministère des Communications est quelque peu réticent à réagir à ce

[Texte]

important sovereignty policy issue—that we should do what we can to try to stake out some spectrum space for future use by Canadians.

Mr. Caldwell: But you cannot put them on the RenCen; that is in Detroit.

Mr. Short: That is in Detroit. We will put it on Riverside Drive on an apartment building directly opposite the Renaissance Tower.

Mr. Caldwell: Oh, I see what you are going to do. Okay.

Mr. Short: There is a dichotomy, Mr. Caldwell, that is developing in Detroit, and we want to see that dichotomy widen. The Microband Corporation of America has now asked the FCC for permission to stay on the Renaissance Tower with six signals transmitting into Michigan, rather than move to the MoTower.

Well, that is great. We will go back to back with them and demonstrate a better answer, we think, than the cross-polarization possibility.

Mr. Caldwell: You are actually going to put something on those channels?

Mr. Short: Yes, we will. We have asked for an experimental licence to start with, just to prove technically that we can operate back to back with the Renaissance Tower.

• 1735

Mr. Silkans: I would just like to add something to that. I am not suggesting that the DOC is wrong in what they are doing, but clearly they are looking at this from a theoretical and technical point of view.

From a practical point of view, if somebody in Detroit puts 31 prime channels on the MoTower tower and starts to broadcast into Canada with HBO, ESPN, whatever, what are the odds that somebody in Canada is going to be able to compete successfully with those kinds of transmissions? That is the problem. DOC is ignoring that part of it and they are suggesting that, with a technical solution that has not been proved to work, they will be able to meet the challenge we will face in Windsor.

Mr. Short: Mr. Caldwell, in an effort to be helpful to the committee, I would be glad to table the draft FCC-DOC understanding of July 15 on this issue. Conspicuous by its total absence in prologue, epilogue, or footnote is any mention whatsoever of the policy question. This is a strict spectrum management document and it describes the cross-polarization.

The Chairman: We would be grateful to receive that, Mr. Short.

Mr. Caldwell: I am very pleased that you brought that up, and I appreciate the time the chairman has taken to

[Traduction]

qu'il nous paraît, sur le plan des politiques, une importante question de souveraineté. . . à savoir, que nous devrions faire notre possible pour réserver une partie du spectre à l'usage futur des Canadiens.

M. Caldwell: Mais vous ne pouvez pas émettre à partir du *Renaissance Centre*; il est à Detroit.

M. Short: En effet. Nous utiliserons un immeuble, sur Riverside Drive, qui se trouve juste en face de la *Renaissance Tower*.

M. Caldwell: Oh, je comprends. Très bien.

M. Short: Une dichotomie est en train de s'établir à Detroit, monsieur Caldwell, et nous aimerions l'augmenter. La *Microband Corporation of America* a demandé au FCC l'autorisation de continuer à utiliser la *Renaissance Tower* à partir de laquelle elle émet sur six canaux à destination du Michigan, plutôt que d'aller s'installer dans la *MoTower*.

Pour nous, c'est parfait. Nous émettrons dos-à-dos avec ces gens-là et démontrerons que notre solution est, à notre avis, supérieure à la méthode de polarisation orthogonale.

M. Caldwell: Vous allez vraiment diffuser quelque chose sur ces canaux?

M. Short: Oui. Nous avons demandé, pour commencer, un permis expérimental qui nous permette de prouver techniquement que nous pouvons fonctionner dos-à-dos avec la *Renaissance Tower**r.

M. Silkans: Permettez-moi d'ajouter un mot. Je ne prétends pas du tout que le MDC fasse fausse route; mais il est manifeste qu'il voit la question sous un angle purement théorique et technique.

Du point de vue pratique, si quelqu'un à Detroit installe 31 canaux prioritaires sur la *MoTower* et utilise HBO, ESPN, ou toute autre station, pour émettre à destination du Canada, quelles sont les chances, pour une station canadienne, de pouvoir faire concurrence à ce genre de transmission? C'est là le problème. Le MDC n'en tient pas compte et prétend que grâce à une solution technique qui n'est pas encore prouvée, il sera possible de relever le défi auquel nous serons confrontés à Windsor.

M. Short: Monsieur Caldwell, pour faciliter la tâche du Comité, je serais heureux d'y déposer le projet d'entente du 15 juillet sur la question entre le MDC et la FCC. Toute mention de cette question de politique brille par son absence que ce soit dans la prologue, l'épilogue, ou les notes liminaires. C'est un document qui s'en tient strictement à la gestion du spectre et qui décrit la polarisation orthogonale.

Le président: Nous vous en saurions gré, monsieur Short.

M. Caldwell: Je suis très heureux que vous ayez soulevé la question, et je suis sensible au fait que le président ait

[Text]

let me pursue that because it is of a local nature. But seeing as I am the only one left here, I guess—

The Chairman: It is a national issue.

Mr. Short: It is a national issue.

Mr. Caldwell: It is also of national significance, although it is starting in the Windsor-Detroit area. It is rather unique in the fact that Windsor has to bring in these foreign stations. . . "foreign stations": sometimes we feel that way. . . bring in the distant Canadian stations.

Under the regulations of the cable of which you operate and the tiering system, can you see where you might even need a different system to use in Windsor cable than is presently used in other parts of Canada?

Mr. Short: We are indeed using a different marketing approach, totally. That is the key. The Windsor system has 60-channel capability in the cable distribution plant. It is limited by the fact that most subscribers only have 35-channel converters, but that can be upgraded.

The key in Windsor is the marketing approach, and this is where it is clear that the cable company needs freedom of action in each local marketplace to address the specific competitive elements and the expectations of people in that area for the services. So the marketing plan we have in Windsor is totally different from anywhere else in Canada.

Mr. Caldwell: I am sure that you are quite aware who Mr. Ted Rogers is. He was with us yesterday.

Mr. Short: Yes.

Mr. Caldwell: His basic belief was that the cable company has to keep up: do not fence us in; we can be a leader in technology as well as providing those services, which the audiences are going to want anyway.

So we can talk about regulation and trying to fence it in and all these kinds of things, but it is going to happen anyway, whether through MDSs, cable, however. The people simply want those services.

Mr. Short: That is correct. However, in negotiations government to government, FCC to DOC, the policy issues deserve as much care and concern as the technical issues. In this case, on the MDS situation particularly, Detroit-Windsor, clearly the policy issues have not been discussed. We were told by officials of the FCC, by officials of Microband, and by officials of the MoTower

[Translation]

bien voulu me laisser poursuivre car il s'agit, après tout, d'une question de caractère local. Mais étant donné que je suis le dernier témoin je suppose. . .

Le président: C'est une question d'intérêt national.

M. Short: En effet.

M. Caldwell: C'est une question d'intérêt national en dépit du fait qu'elle a pour origine la région de Windsor-Detroit. Elle est assez exceptionnelle étant donné le fait que Windsor est obligé d'assurer la réception de ces stations étrangères. . . On a, en effet, parfois l'impression qu'il s'agit de «stations étrangères», . . bien qu'il s'agisse de stations canadiennes éloignées.

Compte tenu des règlements concernant la câblodistribution auxquels vous êtes soumis ainsi que du système d'échelonnement, pensez-vous que vous pourriez avoir besoin, à Windsor, d'un réseau de câblodistribution différent de celui qui est actuellement utilisé dans d'autres régions du Canada?

M. Short: Nous utilisons effectivement une méthode de marketing totalement différente. C'est là la clé du problème. Le système de câblodistribution de Windsor a une capacité de 60 canaux. Elle est limitée par le fait que la plupart des abonnés ont des convertisseurs qui leur permettent d'en recevoir 35 seulement, mais des améliorations sont possibles.

La clé du problème, à Windsor, est la méthode de commercialisation, et c'est là qu'il apparaît clairement que la société de câblodistribution a besoin de sa liberté d'action sur chaque marché local afin de pouvoir faire face aux formes de concurrence qui lui sont particulières et aux attentes des habitants de la région en matière de service. C'est la raison pour laquelle notre plan de marketing à Windsor est totalement différent de ceux qui existent dans le reste du Canada.

M. Caldwell: Je suis certain que vous savez très bien qui est M. Ted Rogers. Il a comparu devant nous hier.

M. Short: Oui.

M. Caldwell: Il est foncièrement convaincu que la société de câblodistribution doit être capable de suivre l'évolution de la situation: ce qu'il faut, c'est que l'on ne nous impose pas de restrictions; nous pouvons non seulement fournir les services que le public va réclamer de toute façon, mais nous pouvons également être à la pointe de la technologie.

Nous pouvons donc discuter à perte de vue de règlements et de restrictions et de tout le reste, mais cela va se produire de toute façon, que ce soit grâce au SDC, au câble, etc. Les gens veulent ces services, un point c'est tout.

M. Short: C'est exact. Cependant, dans les négociations de gouvernement à gouvernement, entre le FCC et le MDC, les questions de politique demandent autant d'attention que les questions d'ordre technique. Dans le cas présent, en particulier en ce qui concerne le MDC à Detroit-Windsor, les questions de politique n'ont manifestement pas été discutées. Les représentants du

[Texte]

Corporation that they are quite surprised there was a problem here. They said that they had heard nothing about any problem in the discussions with the Canadians.

Well, let it go on the record: there is a problem in our view, and it has not been conveyed to the Americans and we think it should be.

Mr. Caldwell: Somebody mentioned yesterday that cable is the poor sister of the broadcasting industry—not that nobody is taking it seriously, but you are an integral part of it. Do you think you are being taken seriously? Does the CRTC still have that attitude toward cable that they always had?

• 1740

Mr. Short: The CRTC has changed its view on cable. I remember almost being gavelled down by Pierre Juneau at one time, saying he was driving the cable car with the breaks on. I think that was true in the early 1970s. But there was a natural fear that cable would harm Canadian broadcasting and it was the uncertainty. So it moved very slowly. Well, the pace of regulation has picked up enormously in the last few years. Regulation is one thing, but the pace of regulation can be even more constraining on the industry.

Mr. Caldwell: So you are saying that your youth channel, your children's channel, your application has been sitting there and nobody seems to be saying yes, no, go ahead, do what you want to do.

Mr. Short: No. In that particular case, the hearing this summer was a very extensive process with a lot of policy questions. The CRTC's Public Notice 121 that came out in May was an outstanding document, in my opinion. It asked 20 key questions on cable, fundamental policy, the issues of tiering, packaging, linkage, the total spectrum of issues that really should be considered.

So that for four weeks, as you know, there was dialogue back and forth between the commission and the industry as well as the applications for specialty services. It was all in one hearing and that takes a long time to adjudicate. I would hope, and I am sure they are doing the policy issue first, then the specific decisions on the specialty channel subsequently.

There is not a great delay there. The delays I was referring to really are on the rate applications. Through the 1970s the normal timeframe for applying for a rate increase to keep up with cost of living and so on would be 18 months from the time of application to hearing to decision. By that time, what one had asked for was already

[Traduction]

FCC, ceux de *Microband*, et ceux de la *MoTower Corporation* nous ont déclaré qu'ils étaient fort surpris qu'il y ait là un problème. Ils nous ont dit qu'aucune difficulté n'avait été mentionnée au cours des entretiens avec les Canadiens.

Eh bien, que cela soit inscrit au procès-verbal: à notre avis, le problème existe; il n'a pas été porté à la connaissance des Américains et nous estimons qu'il devait l'être.

M. Caldwell: Quelqu'un a dit hier que la câblodistribution est le parent pauvre de l'industrie de la radiodiffusion—que personne ne la prend au sérieux, mais vous en faites pourtant partie intégrante. Croyez-vous qu'on vous prend au sérieux? Le CRTC a-t-il toujours la même attitude à l'endroit des télédistributeurs?

M. Short: Il a changé d'idée par rapport à la télédistribution. Je me rappelle m'être presque fait couper la parole par Pierre Juneau, qui disait qu'il s'occupait de la question de la télédistribution en mettant toutes les chances de son côté. Je pense que c'était comme ça au début des années 1970, mais à ce moment-là, on craignait que la télédistribution nuise à la radiodiffusion canadienne; on nageait dans l'incertitude, de sorte que la situation évoluait très lentement. Je dois dire que la réglementation se fait beaucoup plus rapidement ces dernières années. C'est quelque chose de réglementé, mais pour l'industrie, le rythme auquel on le fait peut-être plus astreignant encore que la réglementation elle-même.

M. Caldwell: En somme, vous dites que votre demande de canal pour la jeunesse, pour les enfants, est tout simplement en attente, et que personne ne semble vouloir vous dire oui ou non, allez de l'avant, vous avez le feu vert.

M. Short: Non. Dans ce cas-là, je dois dire que l'audience qui a eu lieu cet été a été exhaustive; une foule de questions de politique ont été soulevées. A mon avis, l'avis public 121 que le CRTC a publié en mai était un document remarquable. On y posait 20 questions clés sur la télédistribution, de la politique fondamentale à l'étagement et à l'assemblage, bref sur toutes les questions qu'il faut étudier.

Par conséquent, la commission et les télédistributeurs se sont renvoyé la balle pendant quatre semaines, en plus d'étudier les demandes de licence pour les services spéciaux. Nous avons parlé de toutes ces questions au cours d'une même audience, et il faut du temps pour bien étudier tous ces dossiers. J'espère que le CRTC s'occupe d'abord de la politique, et je suis sûr qu'il le fait, et puis qu'il passera à ses décisions sur le canal spécial.

Ce n'est pas cela qui cause des retards. C'est surtout à l'égard des demandes de modification des tarifs qu'il y a des retards comme ceux dont je parlais. Pendant toutes les années 1970, quand nous voulions augmenter nos tarifs pour tenir compte de la hausse du coût de la vie, il nous fallait prévoir 18 mois entre le moment où nous

[Text]

used up by inflation. That was the regulatory delay that was really serious and limiting to the cable industry.

Mr. Caldwell: Mr. Short and Mr. Silkans, I thank you for answering my questions.

The Chairman: I just have a couple of points, Mr. Short and Mr. Silkans. One of them is philosophical and the other is semi-practical, I hope. The first is a question of vision of the industry. I would like to take you back to the bottom of page 2 of your brief, where you quote Harry Boyle, who has, in my own personal experience, brought many a woolly discussion to a thundering halt with an injection of common sense. I had not seen this quotation before, but it is terribly pertinent to what we are striving to do here today.

I suppose we have the quintuple distillation of what was initiated back in the early 1980s by Francis Fox. Then there was the white paper and then Marcel Masse appointing the Caplan-Sauvageau task force, and now here we are with some new and interesting directions from the Minister from September 22 and from the end of August. We hope to bring it to some sort of conclusion at some point.

I guess one of the safeguards we have to bear in mind is that we have to look to the future and not look to the past. We must remind ourselves that a large part of the basis of our deliberations is a task force report that was commissioned back in late 1984 or early 1985, which was made public in September of 1986. A lot is happening. MDS is just one example of what is happening.

• 1745

I would just say this as an observation; I do not really expect you to respond to it. Mr. Rogers when he was with us yesterday pooh-poohed MDS a little bit. He said it was an idea but it seemed to be subject to interference; it works great in the winter when there are no leaves on the trees, but when the leaves come out maybe it is not quite as effective. I did not buy this, especially coming from a man with as much engineering experience as Mr. Rogers has had. I think his tongue was firmly in his cheek when he said it. Or does he have a point?

Mr. Short: MDS is line of sight; there is no question about it. We have heard some people within the DOC say, for instance, that from the MoTower or the Renaissance Tower, because it is line of sight, only those homes that have high antennas will get the signal. You may recall, Mr. Chairman, the Holiday Inn is right down on the deck by the river and the signal was just fine. It is a line-of-

[Translation]

présentations notre demande et celui où la décision était rendue après l'audience. A ce moment-là, l'inflation avait déjà mangé toute l'augmentation que nous avions demandée. C'est ce retard-là qui avait de graves répercussions néfastes pour l'industrie de la télédistribution.

M. Caldwell: Monsieur Short, Monsieur Silkans, je vous remercie d'avoir répondu à mes questions.

Le président: J'ai juste deux points à mentionner, monsieur Short et monsieur Silkans. L'un est philosophique et l'autre au moins à moitié pratique, je l'espère. Le premier porte sur la largeur de vues de votre industrie. J'aimerais vous ramener au bas de la page 2 de votre mémoire, où vous citez Harry Boyle, que j'ai vu mettre fin sans ambages à bien des discussions fumeuses en faisant tout simplement appel au sens commun. Je n'avais pas encore vu cette citation, mais elle est tout à fait pertinente dans le contexte de nos discussions d'aujourd'hui.

Je suppose que nous avons la cinquième mouture du concept que Francis Fox a lancé au début des années 1980. Par la suite, il y a eu le Livre blanc, puis la formation du groupe d'étude Caplan-Sauvageau par Marcel Masse; la ministre nous a indiqué de nouvelles orientations intéressantes à la fin d'août et le 22 septembre. J'espère que nous pourrions finir par aboutir à une conclusion.

A mon avis, pour éviter de nous fourvoyer, nous devons nous rappeler qu'il nous faut nous tourner vers l'avenir plutôt que vers le passé. Il nous faut nous rappeler qu'une grande partie de nos délibérations sont fondées sur le rapport d'un groupe d'étude formé à la fin de 1984 ou au début de 1985 et qui a publié son rapport en septembre 1986. Il se passe bien des choses. Le SDM n'est qu'un exemple de ce qui se passe.

Ce n'est qu'une remarque et je ne m'attends pas vraiment à ce que vous me répondiez. Quand M. Rogers a témoigné hier, il a tenu des propos plus ou moins favorables sur le SDM. Il a dit que c'était une idée, mais que c'était un système apparemment vulnérable aux interférences, qui fonctionne bien en hiver quand les arbres sont dénudés, mais qui n'est peut-être pas très efficace quand ils sont couverts de feuilles. Cela ne m'a pas convaincu, surtout de la part d'un homme ayant une aussi longue expérience du génie comme M. Rogers. Je pense bien qu'il blaguait, mais croyez-vous qu'il était sérieux?

M. Short: Pour fonctionner, le SDM a besoin d'un champ de vision dégagé, c'est évident. Certains représentants du ministère des Communications ont dit par exemple qu'il fallait avoir une grande antenne pour pouvoir capter le signal de la MoTower ou de la tour Renaissance ou d'une autre grande tour, par exemple, car il est nécessaire d'avoir un bon champ de vision. Vous

[Texte]

sight situation but apartment houses certainly have the tree-crest clearance; there is no question about it.

There are those who are putting everything they have into the concept of the wireless cable in the marketplace. An address by Mark Fowler, the former FCC chairman, on September 19 before the Wireless Cable Association in Washington, D.C. is quite instructive. I would table it, sir.

The Chairman: If you would, we would appreciate it very much.

Mr. Short: I think this answers the point.

• 1750

The Chairman: That is the vision thing. We appreciate your help in boosting us up so we can see some horizons we might not otherwise see.

I should inform you, Mr. Short, that on behalf of this committee I wrote yesterday to the Minister of Communications, with a copy to the Secretary of State for External Affairs, drawing those Ministers' attention to the sovereignty issues attached to the MDS issue. I hope that will help in some way.

Mr. Short: Mr. Chairman, we thank you. I think that is a very valid issue to bring to their attention. We appreciate your good offices.

The Chairman: I would like to move to my final point. I am at the bottom of your page 4, where it was Mr. Silkans who was talking about the evolution of cable. I would like to go back to a point Mr. Caldwell made, I think with Mr. Gage of Maclean Hunter, earlier this afternoon, and that is whether there may be a role to play for the cable industry as programmers in this whole issue of regional communication.

The lament we have heard as we have travelled across the country is the lack of access by public and private broadcasters in the so-called regions of the country to national network opportunities—indeed, the lack of access of programmers and broadcasters in specific regions to other parts of those regions. You may have heard our discussion with the radio producers about the British Columbia thing that is going on within CBC radio, reallocation of resources to try to correct some of those problems. Do you think cable has something to offer in satisfying local and regional programming requirements?

Mr. Short: Unquestionably, Mr. Chairman, and we are most pleased you have asked us this question as well, because I believe we have a different and perhaps balancing view to the statements Mr. Gage made. I would

[Traduction]

vous rappelez peut-être, monsieur le président, que le Holiday Inn, juste au bord de la rivière, n'est pas construit en hauteur, et pourtant, le signal y est excellent. Bien sûr, il faut avoir un champ de vision dégagé, mais les immeubles de rapport sont certainement assez hauts pour dépasser la cime des arbres, c'est certain.

D'aucun sont des inconditionnels de la télédiffusion. A cet égard, j'aimerais déposer le texte d'une allocution que Mark Fowler, l'ancien président de la FCC, a prononcé le 19 septembre devant les membres de la *Wireless Cable Association*, à Washington. C'est très instructif.

Le président: Je vous en prie; nous vous en serions très reconnaissants.

M. Short: Je pense que cela répond à votre question.

Le président: Voilà pour la vision. Je vous remercie de nous aider à voir de nouveaux horizons qui pourraient autrement nous échapper.

Je devrais vous informer, monsieur Short, que j'ai écrit hier au nom du Comité à la ministre des Communications, avec copie de ma lettre au secrétaire d'État aux Affaires extérieures, afin d'attirer l'attention de ces deux ministres sur les questions de souveraineté liées aux dossiers du SDM. J'espère que mon intervention sera utile.

M. Short: Je vous remercie, monsieur le président. Je pense qu'il est très utile de le leur signaler. Nous vous sommes reconnaissants de vos bons offices.

Le président: Je voudrais passer à mon second point. Je me reporte au bas de la page 4 de votre mémoire; M. Silkans parlait de l'évolution de la télédistribution. Je voudrais revenir à un argument que M. Caldwell a fait valoir, je pense dans un échange avec M. Gage, de Maclean Hunter, plus tôt cet après-midi, à savoir si l'industrie de la télédistribution peut jouer un rôle sur le plan de la programmation dans le contexte des communications régionales.

Dans nos pérégrinations à travers le pays, nous avons entendu de nombreux témoins se plaindre du manque d'accès du public et des radiodiffuseurs du secteur privé de ce qu'on appelle les «régions» du pays au réseau national. En fait, on nous a dit que les programmeurs et les radiodiffuseurs de certaines régions n'avaient pas accès à toutes les parties de leurs propres régions. Vous avez peut-être entendu parler de nos discussions avec les producteurs de radio sur ce qui se passe en Colombie-Britannique à la radio de la Société Radio-Canada, où l'on redéploie les ressources afin d'essayer de remédier à certains des problèmes en question. Croyez-vous que la télédistribution puisse contribuer à répondre aux besoins locaux et régionaux en matière de programmation?

M. Short: Certainement, monsieur le président; nous sommes heureux que vous nous posiez cette question-là aussi, parce que je crois que nous pouvons apporter un point de vue différent de celui de M. Gage, qui vous

[Text]

like Mr. Silkans to address this, but first may I point out one good example of the issue you are addressing.

The Couchiching conference this summer, which we think is an interesting deliberative assembly, was videotaped by CUC—Scarborough Cable—all 36 hours, I think, edited down to the best of the programming, into a two-hour tape, which is available to cable companies throughout Canada. There is a good example of an event that happened near our area and that we think has interest right across Canada.

Similarly, when you were talking about pay-TV, I think pay-TV has great possibilities as Canadian event television: the National Arts Centre, Place des arts, Roy Thomson Hall, Queen Elizabeth Theatre, Vancouver. That is how pay-TV in Canada, I think, should start: with Canadian events you pay for on a per-program basis.

Mr. Silkans can give you some other examples, I think, of how we do circulate programming from region to region.

Mr. Silkans: I have one last little comment on MDS I have stuck here. When it comes to experts, there was no expert anywhere who would have suggested the Dow Jones could fall 500 points in one day. Afterwards things become very clear. We mentioned in Windsor the AM frequency grab, the VHF frequency grab. MDS is the same kind of situation. We are convinced of that because we are there, we are convinced in our guts and in our hearts, and it is not a technical issue. I do not want to belabour it.

• 1755

On the programming side, I think cable can offer opportunities that nobody else can offer. The Couchiching Conference is a very good example. Not only was the two-hour highlight tape offered to cable companies, but the entire three days of proceedings were put up by Telesat Canada, basically as a gesture of good will. Approximately 60 cable companies across the country applied to the CRTC for permission to carry the entire proceedings. We could come forward as an industry with all kinds of examples like that.

Cable offers the capacity, the window, for programming that no one else can. A broadcaster at 7 p.m. has his interests in revenue-producing programs. Cable companies across the country could broadcast special events.

[Translation]

permettra peut-être de faire la part des choses. J'aimerais que M. Silkans réponde à votre question, mais je voudrais d'abord vous donner un bon exemple du problème que vous soulevez.

Cet été, CUC (Scarborough Cable), a enregistré sur bande magnétique les 36 heures de délibérations de la Conférence de Couchiching, qui me semblait être une assemblée délibérante fort intéressante. Ces 36 heures ont été condensées en un montage de 2 heures des meilleurs éléments de l'ensemble, qu'on a mis à la disposition des télédistributeurs de tout le pays. C'est un bon exemple d'une manifestation qui s'est déroulée près de chez nous et qui, je crois, saurait intéresser des Canadiens de toutes les régions.

Dans le même ordre d'idées, quand vous parlez de la télévision à péage, je dois dire que c'est un concept qui présente de grandes possibilités pour les activités artistiques canadiennes, comme les spectacles présentés au Centre national des Arts, à la Place des Arts, au Roy Thomson Hall, ainsi qu'au Queen Elizabeth Theatre, de Vancouver. C'est selon moi de cette façon que la télévision à péage devrait démarrer au Canada, avec des spectacles canadiens que l'on payerait somme toute à la pièce.

M. Silkans peut vous donner d'autres exemples de la façon dont nous faisons passer les émissions d'une région à l'autre, je pense.

M. Silkans: J'ai un dernier petit commentaire à faire sur le SDM. Vous savez, aucun spécialiste n'aurait pu prédire que l'indice Dow Jones aurait pu chuter de 500 points en une journée. Il est beaucoup plus facile de prédire après coup qu'avant. A Windsor, nous avons parlé des problèmes qui se posent au sujet des fréquences AM et VHF. C'est la même chose dans le cas du SDM. Nous en sommes convaincus parce que nous sommes ici; c'est vraiment une conviction viscérale et non une question technique. Je ne veux pas revenir là-dessus.

Dans le contexte de la programmation, je pense que la télédistribution a des atouts uniques. La conférence de Couchiching en est un très bon exemple. Non seulement l'enregistrement de deux heures des points saillants de la conférence a été offert aux télédistributeurs, mais encore les trois jours des délibérations ont été présentés par Télésat Canada, fondamentalement pour rendre service. Une soixantaine de compagnies de télédistribution de tous les coins du pays ont demandé au CRTC l'autorisation de distribuer l'ensemble des débats. Globalement, notre industrie pourrait vous donner une foule d'exemples de ce genre.

La télédistribution a des possibilités de programmation inégalables. Le télédiffuseur qui présente quelque chose à 19 heures se doit de produire des émissions qui rapportent. Les télédistributeurs, eux, pourraient présenter des émissions spéciales.

[Texte]

Secondly, the regional thing is something in which we are somewhat limited by the CRTC. For example, CUC has systems in Barry, Orillia, Borden, Windsor, Scarborough. We exchange community programming, the best of programming, and that cycles from system to system. There are companies across the country that could do the same thing. Unfortunately, it is a complicated thing to get permission from the CRTC and generally they do not want anything other than local programming to appear.

I do not want to criticize the community channel, because it has been a tremendous success story; it has provided a lot of people with access to television. At its worst, though, it becomes the video equivalent of the vanity press in that people know that they can go to a cable company, make a program proposal and get on television. There are better uses for it. For example, because of the window, the excess capacity that cable can offer, if some money were to be earmarked from the \$50 million that is spent on community programming every year, it could fund experimental new programming by Ryerson students, students from community colleges across the country, who do not otherwise get an opportunity to show their stuff to people.

Broadcast repeats are another opportunity for any broadcaster on cable channels, but they have not availed themselves of that opportunity too much, because they do not want repeat programs to compete with live programs. There is a rights question there as well.

Anyway, the points I have mentioned—the broadcast repeats, the regional programming, experimental and new programming, special events, and then that broad category of alternative programming—are things that cable can offer on community channels or other cable-originated channels. No broadcaster can afford to take the time to do that. We cannot.

The Chairman: We could be talking here about a middle-brow, not-so-narrow-cast equivalent of the TV Canada in some respects.

Mr. Silkans: Very much so.

The Chairman: Okay. Thank you.

Mr. Audley, I am going to bring the gavel down in precisely five minutes, because there are planes to catch. Please go ahead.

Mr. Paul Audley (Committee Researcher): I want to raise some questions that have been raised with other people. I think your perspective, your point of view, would be very helpful to us.

We have asked a number of other people whether as Canadian broadcasting becomes more concentrated it is becoming more important to establish clear guidelines to

[Traduction]

Par ailleurs, nos possibilités de production régionale sont quelque peu limitées par le CRTC. Par exemple, CUC dispose de systèmes à Barry, Orillia, Borden, Windsor et Scarborough. Les différents endroits s'échangent leurs meilleures émissions communautaires. Il y a partout au pays des télédistributeurs qui pourraient faire la même chose. Malheureusement, il est compliqué d'obtenir l'autorisation du CRTC pour le faire, car le Conseil ne veut généralement rien voir d'autre que des émissions locales.

Je ne veux pas critiquer le concept du canal communautaire, parce qu'il a connu un énorme succès, en permettant à bien des gens d'avoir accès à la télévision. Il reste qu'au pire, c'est l'équivalent télévisé de la publication à compte d'auteur, en ce que les gens savent qu'ils peuvent se présenter chez un télédistributeur, proposer une émission et passer à la télévision. Il y a de meilleures façons d'exploiter ce concept. Par exemple, compte tenu de la capacité excédentaire de la télédistribution, on pourrait prendre une partie des 50 millions de dollars que l'on consacre chaque année à la programmation communautaire pour financer des émissions expérimentales qui seraient réalisées par des élèves du Collège Ryerson ou d'autres collèges communautaires, car, ces jeunes n'ont que peu d'occasions de montrer ce qu'ils savent faire.

Les reprises offrent aux radiodiffuseurs une autre possibilité d'exploiter les canaux de télédistribution, mais ils ne s'en sont guère prévalu, parce qu'ils ne veulent pas que les reprises fassent concurrence aux émissions diffusées en direct, sans compter que la question des droits se mêle à tout cela.

De toute façon, les reprises, la programmation régionale et expérimentale, la nouvelle programmation, les spectacles spéciaux et tout ce que recouvre la notion de programmation «de rechange», la télédistribution peut l'offrir au canal communautaire ou à d'autres canaux de télédistribution. Aucun radiodiffuseur ne peut se permettre de prendre le temps de le faire. Nous ne le pouvons pas non plus.

Le président: Nous pourrions parler en somme d'une sorte d'équivalent de Télé-Canada à l'intention d'une clientèle de gens moyens, pas plus étroits d'esprit que d'autres.

M. Silkans: C'est tout à fait exact.

Le président: Bon. Merci.

Monsieur Audley, je vais mettre fin à la séance dans cinq minutes exactement, parce que nous avons des avions à prendre. Allez-y, je vous en prie.

M. Paul Audley (rechercheur du Comité): Je voudrais vous poser des questions que nous avons déjà posées à d'autres personnes. Je pense que votre point de vue nous serait très utile.

Nous avons demandé à plusieurs autres témoins s'ils pensaient qu'il est de plus en plus important d'adopter des lignes directrices claires au sujet des prises de contrôle et

[Text]

deal with takeovers and acquisitions, so that we get the benefits of the greater strength that you get from large companies, without the disadvantages of excessive power and conflicts of interest. Do you think there would be some advantage in a more clearly stated policy, perhaps of the kind that exists in the United States?

Mr. Short: I think perhaps that is true. We have seen the position of the CRTC change from Mr. Juneau's view in 1968, which was very clearly local ownership, to a position now where the CRTC does not appear to take the ownership concentration issue into account in adjudicating take-overs and applications for purchase.

• 1800

It is hard to draft the policy guidelines. If it could be done, I think it would be useful to the commission as well as to the industry. It is not easy drafting; this is the issue.

Mr. Silkans: May I add a supplementary response? Ownership cannot be looked at in isolation. I think if you begin with the public benefits, they should drive any ownership recommendations you make.

Mr. Audley: Can I return to something you were discussing earlier, which is pay-per-view? You talked about programming coming perhaps from the National Arts Centre or Roy Thomson Hall or other places. Do you see there being a national licensee who would be responsible for clearing the rights for such programming and presumably putting it off the satellite so that it was available to all cable systems?

Mr. Short: I do not think it needs to be a licensee; I think an entrepreneur might do it. A cable company that has enough distribution to go directly to the arts centre in its locale could extend the box office, just in the region in which it is operating. I do not think there needs to be a national licensee.

Mr. Audley: Would you see there being some requirement, since essentially it is a scheduled service? It is not on-demand television. Should there be some Canadian-content requirements?

Mr. Short: Absolutely. I would start off with only Canadian drama, concerts, production and events.

Mr. Silkans: I have another supplementary in response to this. You mentioned pay-per-view. The problem with event programming is that everything is not worth the same amount of money. If you have a première of

[Translation]

des acquisitions, à mesure que l'industrie Canadienne de la radiodiffusion se concentre, afin de pouvoir tirer parti des avantages dont disposent les grandes entreprises, tout en évitant les inconvénients d'un trop grand pouvoir et les conflits d'intérêts. Pensez-vous qu'il serait avantageux d'adopter une politique plus claire, peut-être du genre de celle des États-Unis?

M. Short: Peut-être. Nous avons constaté que le CRTC a changé d'attitude depuis le temps de M. Juneau, en 1968; il était alors très favorable à la propriété locale, mais aujourd'hui, il ne semble pas tenir compte de la notion de concentration de la propriété quand il juge des demandes de prise de contrôle et d'acquisition.

Il est difficile de formuler des lignes directrices. Je pense que, si l'on y arrivait, on obtiendrait des documents utiles à la fois pour le CRTC et pour l'industrie. Le problème, c'est que des documents comme ceux-là sont difficiles à rédiger.

M. Silkans: Si vous me le permettez, je voudrais ajouter une remarque. Il est impossible d'envisager une question comme la propriété isolément. Je pense qu'il faut commencer par les avantages d'une question comme celle-là pour le public, et que cela devrait sous-tendre toutes les recommandations que l'on pourrait faire au sujet de la propriété.

M. Audley: Puis-je revenir à un point dont vous avez parlé tout à l'heure, la télévision à péage par émission? Vous avez parlé d'émissions qui pourraient venir, par exemple, du Centre national des arts, du Roy Thomson Hall ou d'autres endroits. Pensez-vous qu'un détenteur de licence nationale pourrait être chargé d'obtenir les droits de distribution d'émissions de ce genre, pour ensuite les diffuser par satellite, par exemple, pour les mettre à la disposition de tous les télédistributeurs?

M. Short: Je ne pense pas qu'il soit nécessaire de le faire par l'intermédiaire d'un détenteur de licence nationale; un entrepreneur pourrait s'en charger. Un télédistributeur qui a une capacité de distribution suffisante pour s'adresser directement au Centre des arts de sa ville pourrait élargir son auditoire, seulement dans la région où il est établi. Je ne pense pas qu'il soit nécessaire de faire appel à un détenteur de licence nationale.

M. Audley: Croyez-vous qu'il y aurait des obligations à respecter, étant donné qu'il s'agit essentiellement d'un service à heures fixes? Il ne s'agit pas d'émissions de télévision sur demande. Pourrait-il y avoir des normes de contenu canadien?

M. Short: Certainement. Je commencerais par me limiter à des pièces de théâtre, des concerts, des productions et des spectacles canadiens.

M. Silkans: J'ai un autre point à ajouter. Vous avez parlé des émissions que l'on paierait à la pièce. Dans ce contexte, le hic, c'est qu'il serait impossible de demander la même somme pour chaque émission. Les gens seraient

[Texte]

Rambo, probably people would be willing to pay \$10 for it. If you have the theatre production from Charlottetown, I do not know what it would be worth.

I would suggest that temporary, instant networks as we created for Couchiching can cover these things. However, they could be successful only if they were allowed to have advertising content, because you cannot structure a temporary network that would also collect funds. As Mr. Short suggested, if an entrepreneur were to come forward with something like this and if there was an ability to create a temporary network to show something from the O'Keefe, if Coca-Cola or whoever was willing to sponsor it, the CRTC should consider something like this.

Mr. Audley: How would you see pay-per-view affecting the existing movie channels? Have you tried to develop an approach they will not feel threatened by? Have the cable companies tried to—

Mr. Short: I think it appeals to another audience. I think the movie channels are available to people at different times. If they wanted to watch a program from the National Arts Centre on a pay-per-event basis live, they could also pick up the movie on Tuesday night instead of Monday night. This is one of the advantages of the present pay service; you have several windows through which to see a program, if you want.

Mr. Audley: I am going to try to sneak one or two more questions in. Are you considering retiering in your large systems? If so, on what basis should retiering go ahead? What principles should apply?

Mr. Short: We are always reconsidering retiering. It is a marketing and selling technique. The first principle, in our view, is that each system is different. Each region has its own criteria for success. There should not be one fixed formula for tiering across Canada. It would not apply correctly probably anywhere.

Mr. Silkans: Priorities can be established.

Mr. Short: Oh, yes. This is the first point. Now, the priorities, yes.

The Chairman: I am sorry, Mr. Silkans. I meant what I said about the gavel. We are going to have to submit some questions to you in writing and to ask for written responses. We are crowded by travel schedules and there is some doubt about certain airlines.

Mr. Short and Mr. Silkans, again many, many thanks. The vortex I alluded to on Tuesday has turned out to be a veritable cornucopia. It has been a good session here in Toronto. Thanks for ending it on a grace note.

[Traduction]

probablement disposés à payer 10\$ pour une première de *Rambo*, mais je ne sais pas combien ils paieraient pour voir une pièce de théâtre mise en scène à Charlottetown.

A mon avis, les réseaux ponctuels instantanés du genre de celui que nous avons créé pour la conférence de Couchiching peuvent répondre à ce genre de demandes. Toutefois, ils n'auront du succès que dans la mesure où on leur permettra de faire passer de la publicité, parce qu'il est impossible de structurer un réseau temporaire capable de recueillir des fonds. Comme M. Short le disait, si un entrepreneur se disait prêt à faire quelque chose de ce genre et qu'il soit possible de créer un réseau temporaire capable de présenter des spectacles du *O'Keefe Center*, pourvu que Coca-Cola ou une autre compagnie soit disposée à le commanditer, le CRTC devrait envisager quelque chose de ce genre.

M. Audley: Que pensez-vous que ce genre de télévision à la pièce signifierait pour les canaux actuels qui ne passent que des films? Avez-vous tenté de définir une approche qui leur éviterait de se sentir menacés? Les télédistributeurs ont-ils essayé. . .

M. Short: Je pense que cela s'adresse à un autre auditoire. A mon sens, les canaux de films ont un autre public, à d'autres heures. Si ces gens-là veulent regarder un spectacle du Centre national des arts en direct, en payant ce qu'il faut, cela ne les empêche pas de regarder le film le mardi soir plutôt que le lundi. C'est précisément l'un des avantages de la télévision à péage d'aujourd'hui: la même émission est présentée à plusieurs reprises.

M. Audley: Je vais essayer de vous poser rapidement une ou deux questions de plus. Avez-vous envisagé un nouvel étalement de vos grands systèmes? Si oui, de quelle façon procéderiez-vous? En fonction de quels principes?

M. Short: Nous pensons toujours à un nouvel étalement. C'est une méthode de commercialisation et de vente. Selon nous, le premier principe, c'est que chaque système est unique. Chaque région a ses propres critères de succès. Il ne devrait pas y avoir de formule d'étalement homogène d'un bout du Canada à l'autre, car il serait probablement impossible de l'appliquer correctement à un endroit ou à l'autre.

M. Silkans: Il est possible d'établir des priorités.

M. Short: Oui, bien sûr. C'est la première chose à faire. Les priorités, c'est certain.

Le président: Je regrette, monsieur Silkans. Je ne parlais pas à la légère tout à l'heure. Il nous faudra vous présenter certaines questions par écrit, en vous demandant de nous répondre de la même façon. Nous avons des horaires à respecter pour nos déplacements et nous ne sommes pas tout à fait sûrs des horaires pour certaines compagnies aériennes.

Monsieur Short, monsieur Silkans, encore une fois, merci beaucoup. Le tourbillon dont je parlais mardi était en fait une véritable corne d'abondance. Nous avons eu une très bonne séance ici, à Toronto. Je vous remercie de

[Text]

[Translation]

nous permettre d'y mettre fin sur une note de remerciements.

Mr. Short: Thank you.

M. Short: Merci.

The Chairman: This session is adjourned to the call of the Chair.

Le président: La séance est levée.

From Rogers Broadcasting:

James S. Sward, President and Chief Executive Officer.

From the Canadian Media Directors' Council:

Richard C. Berndt, President;

Hugh Dow, Past President;

George H. Semple, Vice-President.

From MacLean Hunter Cable TV:

J. Barry Gage, President;

Geoff Heathcote, Vice-President, Engineering.

From the National Radio Producers' Association:

Havoc Franklin, Member.

From CUC Limited:

Bob Short, Deputy Chairman;

Juris Silkans, Vice-President.

De Rogers Broadcasting:

James S. Sward, président-directeur général.

Du Canadian Media Directors' Council:

Richard C. Berndt, président;

Hugh Dow, ancien président;

George H. Semple, vice-président.

De MacLean Hunter Cable TV:

J. Barry Gage, président;

Geoff Heathcote, vice-président, Ingénierie.

De la National Radio Producers' Association:

Havoc Franklin, membre.

De CUC Limited:

Bob Short, vice-président, conseil d'administration;

Juris Silkans, vice-président.



If undelivered, return COVER ONLY to:
Canadian Government Publishing Centre,
Supply and Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9

En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à:
Centre d'édition du gouvernement du Canada,
Approvisionnement et Services Canada,
Ottawa, Canada, K1A 0S9

WITNESSES

From the Canadian Independent Record Production Association:

Brian Chater, Executive Director;
Alexander Mair, Vice-President.

From the Canadian Recording Industry Association:

Brian Robertson, President.

From the Canadian League of Composers:

Alex Pauk, President;
Alexina Louie, Member.

From the Canadian Music Centre:

Simone Auger, Executive Director.

From the American Federation of Musicians of the United States and Canada:

J. Alan Wood, Vice-President (Canada).

From the Television Bureau of Canada:

Cameron L. Fellman, President;
William E. Weis, Director, Marketing and Research Services.

From Global Television:

Paul Morton, President, Global Communications;
Seymour Epstein, Chairman, Executive Committee.

(Continued on previous page)

TÉMOINS

De la Canadian Independent Record Production Association:

Brian Chater, directeur exécutif;
Alexander Mair, vice-président;

De l'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement:

Brian Robertson, président.

De la Ligue canadienne de compositeurs:

Alex Pauk, président;
Alexina Louie, membre.

Du Centre de musique canadienne:

Simone Auger, directeur exécutif.

De la Fédération des musiciens des États-Unis et du Canada:

J. Alan Wood, vice-président (Canada).

Du Bureau de télévision du Canada:

Cameron L. Fellman, président;
William E. Weis, directeur, Commercialisation et recherche.

De Global Television:

Paul Morton, président, *Global Communications*;
Seymour Epstein, président, comité exécutif.

(Suite à la page précédente)

JUL 19 1989

